

Etec JÚLIO DE MESQUITA

PLANEJAMENTO E DESENVOLVIMENTO DO TCC EM ADMINISTRAÇÃO

DARK KITCHEN DE COOKIES GOURMET POR ASSINATURA

ANDERSON LEVY SILVA SANTOS

CLARA LUMINI PIOVESAN

EDUARDO MOREIRA XAVIER

GUSTAVO MIRANDA MACHADO

GUSTAVO OLIVEIRA MATOS

SARAH GOMES DE LIMA

Professor (a) Orientador (a):

Renata Improta

Santo André / SP

2025

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradecemos aos nossos pais, por seu apoio incondicional, paciência e incentivo nos momentos de dificuldade durante a elaboração deste trabalho, permitindo-nos seguir firmes em nossos objetivos.

Aos colegas, cuja colaboração, experiências e conhecimentos compartilhados ao longo do curso foram fundamentais para nosso crescimento intelectual e pessoal.

Ao corpo docente da Etec Júlio de Mesquita, que, com dedicação e sabedoria, nos proporciona valiosos ensinamentos, estimulando nossa reflexão crítica, criatividade e a capacidade de nos mantermos atualizados em um mundo em constante transformação.

À nossa própria dedicação, esforço e espírito de colaboração, que tornaram possível a concepção e realização desta proposta.

Ao Luca Lumini, por inspirar e ajudar na execução de diversas etapas do processo de desenvolvimento desse projeto.

E, por fim, agradecemos de forma especial a todos que, de alguma maneira, contribuíram positivamente para nosso aprendizado, mostrando a importância da busca contínua pelo conhecimento, da troca de experiências e do incentivo mútuo para o crescimento coletivo.

RESUMO

O presente trabalho apresenta o desenvolvimento de um modelo de negócio inovador baseado em dark kitchen, voltado à produção e comercialização de cookies gourmet por assinatura. O objetivo é analisar a viabilidade econômica, o planejamento estratégico e os aspectos mercadológicos de um empreendimento que combina conveniência, qualidade e personalização no consumo alimentar. A pesquisa foi elaborada por meio de levantamento teórico e análise de mercado, considerando variáveis políticas, econômicas e demográficas do setor alimentício em São Paulo. O estudo aplica ferramentas de gestão, como a análise SWOT e o composto de marketing (4Ps), além de abordar os processos de legalização necessários para a abertura da empresa. Os resultados demonstram que o modelo de dark kitchen oferece vantagens em custos operacionais, flexibilidade e alcance digital, desde que sustentado por uma gestão eficiente e estratégias de marketing bem estruturadas. Conclui-se que o negócio é viável e promissor, acompanhando tendências de consumo que valorizam praticidade, inovação e produtos artesanais de qualidade.

Palavras-chave: Dark kitchen. Cookies gourmet. Empreendedorismo. Marketing. Alimentação.

ABSTRACT

This paper presents the development of an innovative business model based on a dark kitchen focused on the production and commercialization of gourmet cookies through a subscription system. The objective is to analyze the economic feasibility, strategic planning, and marketing aspects of a venture that combines convenience, quality, and personalization in food consumption. The research was developed through theoretical studies and market analysis, considering political, economic, and demographic variables of the food sector in São Paulo. Management tools such as SWOT analysis and the marketing mix (4Ps) were applied, in addition to addressing the legalization processes required to open the company. The results show that the dark kitchen model offers advantages in operational costs, flexibility, and digital reach, provided it is supported by efficient management and well-structured marketing strategies. It is concluded that the proposed business is viable and promising, following consumption trends that value practicality, innovation, and high-quality artisanal products.

Keywords: Dark kitchen. Gourmet cookies. Entrepreneurship. Marketing. Food industry.

SUMÁRIO

SUMÁRIO	5
1. IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADE.....	6
1.1. Objetivo Geral.....	6
1.2. Objetivos Específicos.....	6
1.3. Problematização.....	6
1.4. Hipótese.....	7
1.5. Justificativa	7
2. LOCALIZAÇÃO	7
3. MARKETING	8
3.1. Análise De Mercado	8
3.1.1. Variáveis Políticas E Econômicas	8
3.1.2. Variáveis Demográficas	9
3.1.3. Estilo Do Mercado Consumidor	9
3.1.4. Estudo Do Mercado Concorrente	10
3.2. Análise SWOT	10
3.3. Cultura Organizacional.....	12
3.4. Análise Dos 4P's	12
3.5. Missão, Visão E Valores	13
4. IDENTIDADE VISUAL	14
5. ASSINATURA MENSAL	15
6. ANÁLISE FINANCEIRA	16
7. BREVE HISTÓRICO	19
8. LEGALIZAÇÃO	19
9. CONCLUSÃO.....	20

1. IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADE

1.1. Objetivo Geral

Analisar a viabilidade econômica, estrutural e mercadológica da implementação de uma dark kitchen especializada na produção de cookies gourmet por meio de um modelo de assinatura mensal, avaliando como a gestão operacional influencia a qualidade do produto final, a eficiência do serviço e a satisfação do cliente em um contexto de consumo cada vez mais digitalizado e orientado pela conveniência.

1.2. Objetivos Específicos

- Examinar o modelo de dark kitchen como estrutura operacional, identificando suas vantagens em termos de custo, agilidade e foco produtivo, bem como seus principais desafios logísticos.
- Avaliar o mercado consumidor nas regiões metropolitanas de São Paulo selecionadas, considerando perfil demográfico, hábitos de consumo e aderência ao formato de assinatura de alimentos.
- Investigar processos de produção, gestão de estoque e controle de qualidade, analisando de que maneira essas variáveis impactam a consistência do produto entregue e a percepção de valor do cliente.
- Mapear estratégias de marketing e posicionamento adequadas ao público-alvo de jovens adultos usuários de delivery, considerando tendências gastronômicas e preferências por produtos artesanais.
- Propor diretrizes para o planejamento estratégico do negócio, integrando fatores financeiros, operacionais e mercadológicos para determinar a viabilidade do modelo proposto.

1.3. Problematização

Diante do crescimento do consumo digital de alimentos e da expansão das dark kitchens como modelo de negócio, surge a questão central:

De que maneira a gestão operacional de uma dark kitchen especializada influencia a qualidade dos cookies gourmet produzidos e a satisfação do cliente, garantindo competitividade dentro de um mercado altamente dinâmico e orientado por conveniência?

Essa problemática envolve compreender como fatores como produção, logística, controle de qualidade, atendimento ao cliente e aderência ao modelo

de assinatura interagem para determinar a viabilidade e o desempenho do empreendimento.

1.4. Hipótese

Parte-se da hipótese de que uma dark kitchen especializada em cookies gourmet, estruturada com gestão operacional eficiente e apoiada por um modelo de assinatura, pode alcançar alta aceitação e retenção de clientes nas regiões metropolitanas de São Paulo selecionadas. Pressupõe-se também que a otimização dos processos produtivos e logísticos contribuirá diretamente para a qualidade do produto e, conseqüentemente, para a satisfação do consumidor.

1.5. Justificativa

O desenvolvimento deste projeto justifica-se pela transformação acelerada do mercado alimentício nas últimas décadas, impulsionada pela crescente busca por conveniência, personalização e consumo digital. O modelo de dark kitchen surge nesse cenário como uma solução operacional eficiente, ao permitir a produção focada e otimizada sem a necessidade de estrutura física para atendimento presencial.

Além disso, o segmento de produtos artesanais e serviços por assinatura tem se destacado pela capacidade de gerar fidelização e oferecer experiências gastronômicas diferenciadas. A escolha por cookies gourmet se alinha tanto a tendências de consumo quanto a referências culturais presentes nos bairros selecionados, majoritariamente habitados por descendentes de italianos e espanhóis, públicos tradicionalmente adeptos a biscoitos artesanais.

Ao investigar esse modelo, o estudo contribui para a compreensão de negócios alimentícios digitais e fornece bases práticas para empreendedores e gestores que buscam inovar no setor.

2. LOCALIZAÇÃO

Nosso negócio será inicialmente estabelecido no endereço Rua Vergueiro, 1703 - Vila Mariana, visto que a Vila Mariana conta com forte presença de jovens adultos (18 a 35 anos), estudantes, profissionais liberais e casais com uma média de 2 filhos — um público que valoriza conveniência, autenticidade e experiências gastronômicas diferenciadas. A escolha da Vila Mariana permite alcançar bairros adjacentes como Paraíso, Parque da Aclimação, Liberdade, Jardim Paulista, Moema, Bosque da Saúde, Chácara Klabin e Jardim da Glória.

A Vila Mariana se destaca por sua rica herança cultural, influenciada pela forte presença de imigrantes italianos e espanhóis, refletida em sua arquitetura eclética, que mescla prédios históricos e casas coloniais, preservando a identidade do passado. Além disso, a região possui uma vida noturna agitada, com uma diversidade de bares, restaurantes e casas de show, tornando-a um ponto de encontro e lazer.

O crescimento do trabalho em regime híbrido ou home office na região impulsiona significativamente a demanda por lanches e sobremesas rápidas e de qualidade ao longo do dia, um nicho que nosso negócio visa atender. A ampla penetração das tecnologias digitais e o uso massivo de aplicativos de entrega na área facilitarão a conexão direta com nosso público-alvo, otimizando a distribuição e o alcance de nossos produtos.

3. MARKETING

Em um modelo de negócio como a dark kitchen, onde não há um espaço físico visível ou atendimento presencial para atrair clientes, o marketing se torna o pilar fundamental para o sucesso. Ele atua como a "fachada digital" do negócio, sendo o principal meio de conectar-se com o público-alvo e construir reconhecimento de marca.

3.1. Análise De Mercado

A análise de mercado é um passo crucial e indispensável para o sucesso de uma dark kitchen. Sem um ponto de venda físico para atrair clientes de forma orgânica, a compreensão aprofundada do ambiente em que o nosso negócio será inserido torna-se a base de todas as decisões estratégicas.

3.1.1. Variáveis Políticas E Econômicas

Em 2025, o cenário político e econômico brasileiro apresenta-se com aspectos favoráveis e desafios para microempreendedores e pequenas empresas. Politicamente, o ambiente regulatório é relativamente acolhedor, com incentivos ao empreendedorismo, acesso facilitado a crédito e oportunidades de capacitação. Contudo, é crucial observar o rigor da regulamentação sanitária, que exige padrões elevados no preparo e armazenamento de alimentos, uma atenção redobrada para operações no modelo de dark kitchen. Economicamente, a economia brasileira demonstra uma recuperação moderada após um período de instabilidade. O poder de compra dos consumidores está se estabilizando, e o setor de alimentação fora do lar, impulsionado pelo delivery, continua em expansão. Nesse contexto, o modelo de dark kitchen emerge como uma solução eficiente para mitigar os altos custos imobiliários e operacionais, oferecendo um grande potencial de escala por meio de parcerias com aplicativos de entrega.

3.1.2. Variáveis Demográficas

Nosso negócio está estrategicamente localizado em uma capital brasileira, visando um público-alvo composto por jovens adultos (entre 18 e 35 anos), estudantes, profissionais liberais e casais com uma média de dois filhos. Este perfil de consumidor demonstra uma clara preferência por conveniência, autenticidade e experiências gastronômicas diferenciadas. Observa-se que o crescente número de indivíduos atuando em regime híbrido ou home office tem impulsionado significativamente a demanda por lanches e sobremesas rápidas e de qualidade ao longo do dia. Além disso, a alta penetração das tecnologias digitais e o uso generalizado de aplicativos de entrega são fatores que facilitam imensamente a conexão e o alcance eficiente desse público-alvo.

3.1.3. Estilo Do Mercado Consumidor

O consumidor contemporâneo transcende a simples busca por alimentos, almejando, acima de tudo, uma experiência completa. Nesse contexto, produtos que são visualmente atraentes e "instagramáveis", acompanhados de embalagens criativas e um bom storytelling da marca, ganham destaque e são crescentemente valorizados. Há uma notável e crescente inclinação por produtos artesanais, preferencialmente elaborados com ingredientes naturais, e que ofereçam opções como veganas ou sem glúten. Além disso, observa-se um forte apelo afetivo em itens como os cookies, capazes de evocar memórias e proporcionar conforto. Este segmento de mercado é caracterizado pelo consumo por impulso, facilitado pelas opções de pagamento ágeis e pela rapidez na entrega, o que torna imprescindível uma presença robusta e uma atuação estratégica nas redes sociais e no marketing digital para engajar e capturar a atenção desse público.

3.1.4. Estudo Do Mercado Concorrente

O mercado apresenta concorrência moderada, com a presença de confeitarias tradicionais que oferecem cookies como complemento, além de algumas marcas especializadas. Contudo, poucas empresas trabalham exclusivamente com cookies artesanais via dark kitchen, o que representa uma oportunidade para a Cookie Bom se posicionar como referência nesse nicho.

3.2. Análise SWOT

A partir da análise SWOT ou FOFA é possível verificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças da nossa dark kitchen.

FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Oferta de produtos artesanais exclusivos • Foco em sustentabilidade 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto custo de produção dos produtos artesanais • Baixo reconhecimento no mercado
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento do serviço de assinatura • Possibilidade de expansão 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrência com grandes redes • Oscilação com os preços no mercado

Nossas principais forças residem na oferta de produtos artesanais e exclusivos, que nos diferenciam no mercado. A inovação é um pilar central, com a implementação de um modelo de assinatura que garante recorrência e fidelização. Além disso, nosso foco em sustentabilidade e na alta qualidade dos ingredientes reforça a percepção de valor. Contamos com um público-alvo já engajado no ambiente digital, o que facilita a comunicação e o marketing.

Identificamos como fraquezas o alto custo de produção dos nossos produtos artesanais, o que pode impactar a margem de lucro. A dependência de uma logística de entrega altamente eficiente é um ponto crítico, dado o nosso modelo de negócio. No início, enfrentamos o desafio do baixo reconhecimento de marca, exigindo um investimento significativo em marketing. Por fim, a restrição geográfica inicial limita nosso alcance a uma área específica.

O mercado oferece diversas oportunidades, como o crescimento acelerado dos serviços por assinatura, uma tendência que valida nosso modelo de negócio. A demanda por produtos artesanais e gourmet está em alta, criando um nicho de mercado promissor. Existe um grande potencial de expansão para outras cidades e a diversificação do portfólio para atender nichos específicos, como produtos fitness ou sem açúcar. O fortalecimento da nossa marca por meio

do apoio a causas sociais também se mostra uma excelente estratégia para aumentar a conexão com o público.

As ameaças que enfrentamos incluem a concorrência com grandes redes de franquias e marcas locais já estabelecidas no mercado. A oscilação nos preços dos insumos pode afetar diretamente os nossos custos de produção e, conseqüentemente, a precificação. Além disso, mudanças nas regulamentações do setor de delivery podem impor novos desafios operacionais. Por fim, uma crise econômica pode levar à redução do consumo, impactando diretamente nossas vendas.

3.3. Cultura Organizacional

A empresa adota uma cultura organizacional colaborativa, criativa e centrada no cliente, buscando promover um ambiente de trabalho motivador, com incentivo à inovação, protagonismo e empatia, tanto com os colegas quanto com os consumidores. A comunicação interna é horizontal, transparente e digital, promovendo reuniões semanais, utilizando canais diretos como Slack ou WhatsApp corporativo e mantendo feedbacks constantes. Externamente, a comunicação com o cliente é calorosa, personalizada e rápida, priorizando a excelência no atendimento e nas redes sociais. A motivação da equipe é cultivada com base na valorização do trabalho artesanal e criativo como o maior ponto diferencial e único da empresa, além do reconhecimento de ideias inovadoras que serve de motivação para a participação de todos.

3.4. Análise Dos 4P's

A partir da análise dos 4P's temos uma noção melhor sobre a atuação da dark kitchen especializada em cookies gourmet.

Nossa estratégia de precificação posiciona o produto no segmento premium acessível, com o objetivo de oferecer qualidade superior por um valor justo. Planejamos disponibilizar diferentes faixas de planos, como mensal, trimestral e anual, além de oferecer preços especiais em datas comemorativas, combos promocionais e cupons de fidelização para nossos clientes.

Nossa atuação será focada no modelo de dark kitchen, sem atendimento presencial ao público. As entregas serão realizadas prioritariamente via aplicativos de delivery e por meio de logística própria ou terceirizada, concentrando-se inicialmente em bairros estratégicos que apresentam alta concentração do nosso público-alvo. O serviço de assinatura será inteiramente gerenciado por meio de uma plataforma digital integrada ao site e ao aplicativo da empresa.

Nosso produto consiste em cookies gourmet artesanais, preparados com ingredientes selecionados e disponíveis em uma ampla variedade de sabores, incluindo clássicos, opções veganas, sabores sazonais e edições limitadas. O carro-chefe da nossa oferta é uma caixa contendo seis unidades, enviada mensalmente por meio de um sistema de assinatura personalizada.

A estratégia promocional envolverá o uso ativo de redes sociais, o estabelecimento de parcerias com influenciadores digitais, o lançamento de campanhas sazonais e a criação de experiências sensoriais para os clientes, como caixas personalizadas, brindes especiais e degustações surpresa. Além disso, investiremos em marketing de conteúdo, explorando temas como alimentação consciente, sustentabilidade e o "storytelling" por trás dos sabores de nossos cookies.

3.5. Missão, Visão E Valores

No marketing, a Missão define o propósito fundamental e a razão de ser de uma empresa ou marca, explicando o que ela faz e para quem. Já a Visão descreve onde a empresa quer chegar no futuro, aspirando a um objetivo de longo prazo que guia suas ambições e estratégias. Por fim, os Valores são os

princípios éticos e crenças que norteiam o comportamento da empresa, influenciando suas decisões, cultura interna e a forma como se relaciona com clientes e o mercado.

Nossa missão é oferecer cookies artesanais de alta qualidade, preparados com ingredientes cuidadosamente selecionados e entregues com agilidade e carinho, visando proporcionar momentos de prazer e conforto aos nossos clientes, independentemente de onde estejam.

Nossa visão é ser reconhecida até o ano de 2030 como a principal referência na cidade de São Paulo no segmento de cookies artesanais operando via dark kitchen, destacando-nos consistentemente pela inovação em nossos produtos, pela qualidade superior e pela excelência em toda a experiência proporcionada ao cliente.

Nossos valores fundamentais são a Qualidade e a Inovação. Entendemos a Qualidade como um compromisso inabalável com a seleção dos melhores ingredientes disponíveis no mercado e com a busca incessante pela excelência em cada etapa do preparo de cada cookie que oferecemos. A Inovação, por sua vez, guia nossa busca constante por novos sabores, o aprimoramento de técnicas de produção e o desenvolvimento de formas criativas e surpreendentes de encantar e satisfazer nossos clientes.

4. IDENTIDADE VISUAL



Cartão



Cartão



Adesivos



Variações de logo

5. ASSINATURA MENSAL

O plano de assinatura mensal consiste em pagamentos de um valor pré estabelecido para receber em casa uma caixa com oito unidades de cookies por caixa, no plano teremos três tipos de planos, o “Plano Básico - Sweet Start” sendo composto por uma caixa entregue mensalmente no valor de R\$ 431,00 mensal, o segundo plano chamado “Plano Intermediário - Cookie Lover” sendo

composto por duas caixas entregues mensalmente e um cookie surpresa sendo temático de algum evento do mês, por exemplo em junho um cookie temático de festa junina, no valor de R\$ 819,00 mensal, e o terceiro e último plano chamado “Plano Premium – Cookie Supreme” sendo composto por quatro caixas entregues mensalmente e quatro cookies surpresa no valor de R\$ 1.554,00 mensal.

6. ANÁLISE FINANCEIRA

Aspectos Financeiros							
I - Quadro de Investimentos Fixos							
Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total	Depreciação	Ano	Total (Mês)
1	Fogão por indução	1	R\$ 1,379.00	R\$ 1,379.00	10%	R\$ 137.90	R\$ 11.49
2	Batedeira industrial	4	R\$ 319.90	R\$ 1,279.60	10%	R\$ 127.96	R\$ 10.66
3	Utensílios de cozinha	1	R\$ 959.38	R\$ 959.38	10%	R\$ 95.94	R\$ 7.99
4	Geladeira industrial	1	R\$ 2,799.00	R\$ 2,799.00	10%	R\$ 279.90	R\$ 23.33
5	Bancada	1	R\$ 2,500.00	R\$ 2,500.00	10%	R\$ 250.00	R\$ 20.83
6	Mesa	1	R\$ 2,699.00	R\$ 2,699.00	10%	R\$ 269.90	R\$ 22.49
7	Aparelho celular	1	R\$ 1,529.10	R\$ 1,529.10	10%	R\$ 152.91	R\$ 12.74
8	Notebook	1	R\$ 2,452.25	R\$ 2,452.25	20%	R\$ 490.45	R\$ 40.87
9	Cadeiras (4)	2	R\$ 1,694.10	R\$ 3,388.20	10%	R\$ 338.82	R\$ 28.24
10	Freezer	1	R\$ 3,161.07	R\$ 3,161.07	10%	R\$ 316.11	R\$ 26.34
11	Impressora NF	1	R\$ 193.99	R\$ 193.99	20%	R\$ 38.80	R\$ 3.23
12	Estante	3	R\$ 1,610.00	R\$ 4,830.00	10%	R\$ 483.00	R\$ 40.25
13	Mesa Escritório	1	R\$ 211.20	R\$ 211.20	10%	R\$ 21.12	R\$ 1.76
14	Bancada de Inox	2	R\$ 1,646.00	R\$ 3,292.00	10%	R\$ 329.20	R\$ 27.43
15	Pia de Inox	1	R\$ 1,862.00	R\$ 1,862.00	10%	R\$ 186.20	R\$ 15.52
16	Obras e reformas	1	R\$ 5,000.00	R\$ 5,000.00	4%	R\$ 200.00	R\$ 16.67
17	Coifa	1	R\$ 1,200.00	R\$ 1,200.00	10%	R\$ 120.00	R\$ 10.00
18	Forno Industrial elétrico	2	R\$ 3,765.52	R\$ 7,531.04	10%	R\$ 753.10	R\$ 62.76
19	Microondas	1	R\$ 536.00	R\$ 536.00	10%	R\$ 53.60	R\$ 4.47
20	Liquidificador	1	R\$ 198.00	R\$ 198.00	10%	R\$ 19.80	R\$ 1.65
21	Processador	2	R\$ 99.00	R\$ 198.00	10%	R\$ 19.80	R\$ 1.65
22	Balança	2	R\$ 87.74	R\$ 175.48	10%	R\$ 17.55	R\$ 1.46
	Total	27		R\$ 46,802.83			R\$ 391.84

Utensílios	
Panelas	R\$ 339.90
Formas	R\$ 78.99
Talheres	R\$ 98.89
Potes	R\$ 112.00
Bowls	R\$ 114.00
Tábua	R\$ 144.00
2 Kits de Silicone	R\$ 59.60
Copo de Medida	R\$ 12.00
TOTAL:	R\$ 959.38

Aspectos Financeiros			
II - Quadro de Despesas Fixas (mês)			
Item	Descrição	Valor	
1	Aluguel c/ IPTU	R\$	3,100.00
2	Água	R\$	250.00
3	Energia Elétrica	R\$	1,500.00
4	Telefone com internet	R\$	120.00
5	Contador	R\$	800.00
6	Tarifa Bancária	R\$	250.00
7	Publicidade	R\$	1,000.00
8	Cartão de emissão	R\$	50.00
9	Pró- Labore	R\$	17,500.00
10	Depreciação	R\$	391.84
Total		R\$	24,570.00

Aspectos Financeiros				
IV - Quadro de Aquisição de Material				
Item	Descrição	Qntd.	Valor	Total
1	Farinha 5Kg	8	R\$ 26.82	R\$ 214.56
2	Manteiga 200g	24	R\$ 11.04	R\$ 264.96
3	Açúcar Mascavo 1kg	8	R\$ 15.88	R\$ 127.04
4	Açúcar Refinado 5Kg	4	R\$ 18.50	R\$ 74.00
5	Canela em Pó 50g	4	R\$ 7.35	R\$ 29.40
6	Bicarbonato de sódio 1Kg	4	R\$ 13.00	R\$ 52.00
7	Chocolate Fracionado 1kg	16	R\$ 53.90	R\$ 862.40
8	Chocolate em Pó 1,01Kg	4	R\$ 39.70	R\$ 158.80
9	Nozes 1Kg	4	R\$ 23.79	R\$ 95.16
10	Creme de Avelã 1Kg	4	R\$ 39.90	R\$ 159.60
11	Gotas de Chocolate 1kg	8	R\$ 32.59	R\$ 260.72
12	Ovo 30 unidades	8	R\$ 19.90	R\$ 159.20
13	Gotas de Chocolate Branco 1Kg	4	R\$ 26.90	R\$ 107.60
14	Sal 1Kg	8	R\$ 4.39	R\$ 35.12
15	M&m's (pacote) 1Kg	2	R\$ 71.99	R\$ 143.98
16	Sulfite	1	R\$ 24.57	R\$ 24.57
17	Café Soluvel	20	R\$ 8.10	R\$ 162.00
18	Saco adesivo 100 uni.	10	R\$ 14.90	R\$ 149.00
19	Adesivos de indentificação 100 un.	10	R\$ 12.99	R\$ 129.90
20	Caixas para transporte 50 uni.	4	R\$ 35.00	R\$ 140.00
21	Esseência de Baunilha 1L	1	R\$ 23.79	R\$ 23.79
22	Produtos de Limpeza	1	R\$ 199.98	R\$ 199.98
Total				R\$ 3,573.78

Produtos de limpeza	
Detergente 5L	R\$ 19.90
Bucha 10un.	R\$ 16.90
Desinfetante 5L	R\$ 9.89
Água Sanitária 5L	R\$ 9.90
Alcool 1L	R\$ 9.50
Kit Vassoura rodo e pá de lixo	R\$ 45.99
Balde de plástico	R\$ 10.00
Pano Multiuso	R\$ 77.90
TOTAL:	R\$ 199.98

Aspectos Financeiros				
Precificação do Produto				
Item	Descrição	Qntd.	Valor Total	Valor Uni.
1	Farinha	1kg	R\$ 5.36	R\$ 0.17
2	Manteiga	400g	R\$ 22.08	R\$ 0.69
3	Açúcar Mascavo	500g	R\$ 7.94	R\$ 0.25
4	Açúcar Refinado	120g	R\$ 0.44	R\$ 0.01
5	Canela em Pó	5g	R\$ 0.15	R\$ 0.01
6	Bicarbonato de sódio	20g	R\$ 0.26	R\$ 0.01
7	Chocolate Fracionado	500g	R\$ 26.95	R\$ 0.84
8	Gotas de Chocolate	500g	R\$ 16.30	R\$ 0.51
9	Ovo 30 unidades	4 uni	R\$ 2.65	R\$ 0.08
10	Gotas de Chocolate Branco	500g	R\$ 13.45	R\$ 0.42
11	Sal	10g	R\$ 0.04	R\$ 0.01
12	Esseência de Baunilha 1L	75ml	R\$ 1.78	R\$ 0.06
13	Nozes	500g	R\$ 11.90	R\$ 0.37
14	Creme de Avelã	500g	R\$ 19.95	R\$ 0.62
15	M&m's (pacote)	500g	R\$ 35.95	R\$ 1.12

Aproximadamente 3330 cookies por compra mensal

PRECIFICAÇÃO	CUSTO
Cookie gotas de chocolate	R\$ 6.07
Cookie de M&M's	R\$ 7.20
Cookie de Nutella	R\$ 6.70
Cookie de chocolate branco	R\$ 6.49
Cookie de Nozes	R\$ 6.44

EMBALAGENS	VALOR BRUTO
Adesivos	R\$ 0.12
Saco Plastico	R\$ 0.14
Caixa	R\$ 0.50
Mão de obra	R\$ 2.50
Valor por Uni.	R\$ 0.23
TOTAL	R\$ 3.49

Produto	Valor
Cookie gotas de chocolate	R\$ 14.00
Cookie de M&M's	R\$ 16.00
Cookie de Nutella	R\$ 16.00
Cookie de chocolate branco	R\$ 14.00
Cookie de Nozes	R\$ 14.00

Produto	Valor
Cookie gotas de chocolate	R\$ 24.99
Cookie de M&M's	R\$ 27.99
Cookie de Nutella	R\$ 27.99
Cookie de chocolate branco	R\$ 24.99
Cookie de Nozes	R\$ 24.99

Desp. Fi. + MO + Mat. Adq.+ EI / MARK-UP
EI = ESTOQUE INICIAL = 25% DO MAT
MARK-UP = TAXA DE MARCAÇÃO
$[100 - (\text{INDICE COMERCIALIZAÇÃO} + \text{TX LUCRO})] / 100$

ESTOQUE INICIAL:	R\$ 893.45
MARK-UP:	0.4662
1º FÓRMULA:	R\$ 83,434.63

Lucro esperado: 40%

RESULTADO OPERACIONAL	
RECEITA OP.	R\$ 83,434.63
CUSTOS VARIÁVEIS	R\$ 24,597.33
DESPESAS FIXAS	R\$ 24,570.00
CUSTOS TOTAIS	R\$ 49,167.33
LUCRO OPERACIONAL	R\$ 34,267.30
IMPOSTOS	R\$ 1,542.03
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 32,725.27
MARGEM CONTRIBUIÇÃO	R\$ 58,837.30
PONTO DE EQUILÍBRIO	R\$ 34,841.66
LUCRATIVIDADE %	39.22%

7. BREVE HISTÓRICO

A Cookie Bom será fundada em 2026, no auge da consolidação do modelo de negócios baseado em dark kitchens no Brasil. A ideia surgiu a partir da observação das mudanças permanentes nos hábitos de consumo alimentar, que priorizam a praticidade, a experiência gastronômica e a conveniência do delivery. Os fundadores, atentos às tendências de mercado, identificaram a oportunidade de criar uma marca especializada em cookies artesanais premium, combinando receitas exclusivas, ingredientes selecionados e uma apresentação diferenciada. A escolha por operar como dark kitchen permite reduzir custos fixos, aumentar a eficiência logística e focar totalmente na qualidade do produto e na experiência de entrega, explorando o potencial das plataformas digitais e redes sociais.

8. LEGALIZAÇÃO

Para a abertura de uma empresa, o processo de obtenção de licenças e registros inicia-se com a inscrição do CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica), que é o número de identificação da empresa perante a Receita Federal. Antes disso, é fundamental escolher o tipo jurídico adequado para o negócio, como uma EPP (Empresa de Pequeno Porte), o que determinará a estrutura legal e as obrigações fiscais. Em seguida, é necessário providenciar o registro do contrato social da empresa na Junta Comercial do estado,

formalizando sua existência legal. Posteriormente, para operar, a empresa precisará obter o Alvará de Funcionamento junto à Prefeitura, que autoriza a atividade no local escolhido. Para negócios que lidam com alimentos, como uma dark kitchen, a Licença Sanitária, emitida pela Vigilância Sanitária, é obrigatória para garantir que o local e os processos atendam às normas de higiene e segurança. Por fim, a Licença do Corpo de Bombeiros (AVCB – Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros, ou CLCB – Certificado de Licença do Corpo de Bombeiros, dependendo do porte e risco) é essencial para atestar que o imóvel está em conformidade com as normas de segurança contra incêndio e pânico.

9. CONCLUSÃO

A análise desenvolvida demonstra que o modelo de dark kitchen especializado em cookies gourmet por assinatura apresenta sólida viabilidade operacional, econômica e mercadológica. Inserido em um contexto em que o consumo digital, a busca por conveniência e a valorização de produtos artesanais crescem de forma contínua, o empreendimento se alinha de maneira estratégica às exigências e tendências do mercado contemporâneo.

A Cookie Bom surge como uma proposta que não apenas responde às transformações do setor alimentício, mas também se destaca ao oferecer uma experiência diferenciada, unindo qualidade, inovação e proximidade com o cliente. O modelo de assinatura agrega previsibilidade financeira, fidelização e um posicionamento competitivo único, reforçando o potencial de expansão e consolidação da marca.

Com base nisso, conclui-se que a Cookie Bom não apenas se adequa ao cenário atual, mas se posiciona como uma oportunidade promissora de construção de uma marca relevante, escalável e alinhada às novas dinâmicas de consumo no setor alimentício.

REFERÊNCIAS

TORRES, Vitor. Tabela Simples Nacional 2025 completa. **Contabilizei**, 2025. Disponível em: <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/tabela-simples-nacional-completa>. Acesso em: 16 outubro 2025.

SUMUP. O que é alvará de funcionamento: guia completo. **Sumup**, 2023. Disponível em: <https://www.sumup.com/pt-br/comecar/alvara-de-funcionamento>. Acesso em: 18 out. 2025.

CIALDINI, Robert. **As Armas da Persuasão**. Brasil: Sextante, 2012.

SMITH, Adam. **A Riqueza das Nações**. Londres: William Strahan, 1776.

CPS. **Manual de Trabalho de Conclusão de Curso**. Brasil, 2022.