

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA
SOUZA**

Etec SYLVIO DE MATTOS CARVALHO

Curso de Técnico em Administração

Lais Souza Silva

Karina Ferreira Souza

Thauanny Gabriely Custódio Moreira

SABOR COREANO

**Matão, SP
2025**

Lais Souza Silva

Karina Ferreira de Souza

Thauanny Gabriely Custódio Moreira

SABOR COREANO

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Escola Técnica Estadual Sylvio de Mattos Carvalho, orientado pelo Prof. Wesley Soares Camargo, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Técnico em Administração.

**Matão, SP
2025**

RESUMO

Este trabalho teve como meta criar um plano de negócios para abrir um restaurante coreano em Matão, no interior de São Paulo, avaliando a viabilidade econômica, mercadológica e operacional da proposta. A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, buscando entender as percepções, práticas e experiências de clientes, gestores e moradores da região. Para coletar os dados, foram realizadas pesquisas estruturadas, observação participante e análise de documentos; essas técnicas ajudaram a triangular as informações e aumentaram a validade e confiabilidade dos resultados. As entrevistas revelaram as expectativas e impressões do público local, enquanto a observação documentou interações e dinâmicas sociais no campo, e a análise documental trouxe contexto através de relatórios, legislações e outros documentos oficiais. Os resultados mostraram que trazer a culinária coreana para a região oferece uma proposta única e com grande potencial para valorização pelo público, especialmente considerando que a comunidade está cada vez mais aberta a novas experiências culturais. O objetivo é que o restaurante se torne uma referência gastronômica tanto na cidade quanto nos municípios vizinhos, atraindo clientes em busca de novas experiências e os fidelizando pela qualidade no atendimento e nos pratos. A conclusão é que a implementação do restaurante vai além do aspecto comercial, transformando-se em um espaço de troca cultural e valorização da diversidade. A experiência analisada mostrou que a introdução de novas referências culturais em cidades do interior pode ser viável e contribuir para a dinamização econômica, social e cultural, sem comprometer a identidade local, mas sim fortalecendo-a através de um contato respeitoso e enriquecedor com o diferente. Assim, o estudo destaca que iniciativas multiculturais podem ser fundamentais para criar ambientes mais inclusivos, tolerantes e inovadores, servindo de exemplo para outras localidades que queiram diversificar sua cultura.

Palavras-chave: Experiência gastronômica. Cultura coreana. Comida típica.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA	8
2.1 Proposta da empresa	8
2.2 Estrutura da empresa	9
2.3 Planejamento estratégico	10
3. PRODUTO/SERVIÇO	13
3.1 Características	13
3.2 Propostas de Valor	14
4. ANALÍSE DE MERCADO	15
4.1 Cenário econômico atual	15
4.2 Oportunidades e riscos	17
4.3 Clientes e concorrentes	19
4.4 Posição da empresa	20
5. PLANO DE MARKETING	22
5.1 Estratégias de Relacionamento com o Público-Alvo	22
5.2 Estratégias de venda	23
5.3 Estratégias de distribuição do produto e/ou serviço	24
6. MANUFATURA E/OU OPERAÇÕES	26
6.1. Descrição do Processo de Fabricação e Desenvolvimento	27
6.2. Sistema de Qualidade	27
7. PLANO FINANCEIRO	29
7.1. Projeções financeiras de custos	29
7.2. Estimativas De Venda	33
Projeção de Fluxo de Caixa	35

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS	39

1. INTRODUÇÃO

A cultura sul-coreana tem se espalhado rapidamente pelo mundo, influenciando diferentes áreas como a música, o cinema, a moda e, especialmente, a gastronomia. No Brasil, essa tendência conhecida como *hallyu* — ou “onda coreana” — tem conquistado cada vez mais espaço, despertando o interesse de milhares de pessoas por meio de fenômenos como o K-pop e os doramas. A pesquisa fundamenta-se em uma revisão da literatura que aborda a Experiência do Cliente, a fidelização de clientes e o fenômeno do K-pop. A culinária coreana, marcada por sabores intensos, pratos coloridos e uma tradição milenar, passou a atrair a atenção de um público em busca de novas experiências culturais e gastronômicas.

No entanto, em cidades de médio porte como Matão, interior de São Paulo, o acesso a esse tipo de gastronomia ainda é limitado. Diante disso, surge a proposta de desenvolver um restaurante coreano na cidade de Matão no interior do Estado de São Paulo, com o objetivo de oferecer uma experiência autêntica e acessível, que una sabor, tradição e hospitalidade em um só lugar.

Apesar do crescente interesse dos brasileiros pela cultura coreana, os restaurantes especializados nesse tipo de culinária ainda estão concentrados em grandes centros urbanos, como São Paulo e Rio de Janeiro. Em Matão, mesmo com alguns restaurantes voltados à gastronomia oriental, muitos ficam distantes ou não oferecem uma verdadeira experiência coreana. Essa realidade revela uma lacuna no mercado local, mas também uma excelente oportunidade de inovação e empreendedorismo.

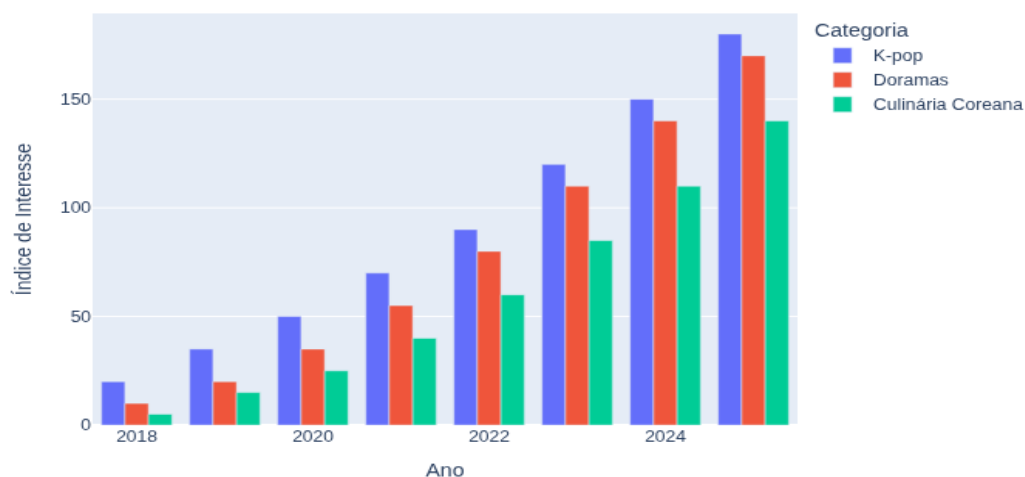


Gráfico 1: Crescimento do Interesse pela Cultura Coreana no Brasil (2018-2025)
FONTE: elaborado pelas próprias autoras

Explicação Do Gráfico 1:

O gráfico demonstra o crescimento significativo do interesse dos brasileiros pela cultura coreana entre os anos de 2018 e 2025. A partir de 2018, o sucesso do K-pop marcou o início da expansão da chamada “Onda *Hallyu*”, fenômeno cultural que levou a música, a moda e o entretenimento coreanos a alcançarem grande popularidade no Brasil. Grupos como BTS e Blackpink tornaram-se referências globais e despertaram a curiosidade do público sobre outros aspectos da Coreia do Sul. Nos anos seguintes, especialmente entre 2020 e 2022, o consumo de doramas (séries coreanas) e de conteúdos asiáticos nas plataformas de streaming cresceu de forma expressiva, consolidando a presença da cultura coreana no cotidiano dos brasileiros e ampliando o interesse por seu idioma, costumes e estilo de vida.

Entre 2023 e 2025, o interesse se diversificou ainda mais, alcançando novas áreas, como a culinária coreana, que vem ganhando destaque por meio da abertura de restaurantes temáticos, eventos gastronômicos e festivais culturais em várias regiões do país.

2. DESCRIÇÃO DA EMPRESA

O Sabor Coreano é um restaurante especializado em culinária coreana tradicional e contemporânea, criado com o objetivo de proporcionar uma experiência cultural completa aos seus clientes. Localizado em Matão – SP, o restaurante oferece um ambiente acolhedor e moderno, inspirado na harmonia entre a tradição oriental e o conforto ocidental, com uma decoração que remete aos elementos da cultura coreana, como lanternas, painéis de madeira e música ambiente temática.

2.1 Proposta da empresa

O restaurante Sabor Coreano em Matão surge como uma solução inovadora para atender à crescente demanda por experiências gastronômicas diferenciadas e autênticas, especialmente em um contexto no qual a cultura sul-coreana tem conquistado cada vez mais admiradores no Brasil. O interesse pela culinária típica tem impulsionado o público a buscar opções que aliem sabor, tradição e hospitalidade, principalmente fora dos grandes centros urbanos. Assim, a criação deste restaurante tem como objetivo proporcionar uma vivência culinária genuína, acessível e envolvente para os moradores da região.

Com o aumento do interesse por novos sabores e culturas, os consumidores buscam mais do que uma simples refeição — querem uma experiência completa que una autenticidade, qualidade e atendimento acolhedor. Nesse cenário, o restaurante se destaca ao oferecer um cardápio diversificado de pratos tradicionais, elaborados com ingredientes autênticos e técnicas fiéis às receitas originais, garantindo uma experiência diferenciada a cada visita.

Inspirado em renomados chefs sul-coreanos, como *Baek Jong-won* — reconhecido por sua inovação e valorização da culinária tradicional —, o restaurante busca aliar tradição e modernidade, promovendo a cultura coreana por meio de pratos autênticos e de alta qualidade. A proposta do restaurante não se limita à oferta gastronômica. Assim como a transformação digital impactou o varejo, o empreendimento pretende transformar o momento da refeição em um encontro

cultural, investindo em um ambiente temático e em eventos que aproximem a comunidade local da cultura coreana.

Além disso, a empresa adotará estratégias digitais eficazes, utilizando redes sociais, marketing de conteúdo e parcerias com influenciadores para fortalecer sua presença e expandir seu alcance. O atendimento personalizado, as promoções exclusivas e o cuidado com a fidelização dos clientes serão prioridades para garantir uma experiência satisfatória e única.

A viabilidade do negócio é respaldada pelo crescimento do interesse pela cultura coreana no Brasil e pela carência de restaurantes especializados em cidades de médio porte como Matão. A proposta, portanto, ocupa um espaço estratégico no mercado local, apostando na inovação, autenticidade e excelência para conquistar e fidelizar seus clientes.

Concluindo, o restaurante Sabor Coreano pretende não só suprir uma lacuna no segmento gastronômico da cidade, mas também se tornar uma referência regional em culinária temática, promovendo a diversidade cultural e contribuindo para o enriquecimento do cenário gastronômico local.

2.2 Estrutura da empresa

O restaurante Sabor Coreano tem como objetivo proporcionar uma experiência gastronômica autêntica e satisfatória para pessoas de diferentes idades e estilos, promovendo o contato com a culinária tradicional da Coreia do Sul. Especializado em pratos típicos como *kimchi*, *bibimbap*, *bulgogi* e *tteokbokki*, o restaurante busca atender ao crescente interesse pela cultura coreana no Brasil, especialmente em cidades de médio porte, oferecendo sabor, tradição e hospitalidade.

A estrutura organizacional do Sabor Coreano foi planejada para garantir eficiência, qualidade e excelência no atendimento. A equipe será composta por profissionais que serão capacitados e treinados, distribuídos em funções estratégicas, como chef de cozinha, auxiliares, atendentes, gerente administrativo e responsáveis pelo marketing digital. Cada membro terá atribuições bem definidas, visando o funcionamento harmonioso do restaurante e a satisfação dos clientes.

Além disso, o restaurante investirá em treinamentos periódicos, promovendo o desenvolvimento profissional dos colaboradores e assegurando o alinhamento com os valores da empresa: autenticidade, respeito à cultura coreana, sustentabilidade e atendimento humanizado.

2.3 Planejamento estratégico

O planejamento estratégico do Sabor Coreano tem como finalidade orientar as ações do restaurante para garantir seu sucesso e crescimento em um mercado competitivo. Inicialmente, é fundamental compreender o contexto da culinária coreana no Brasil, que vem ganhando popularidade devido à busca por experiências gastronômicas inovadoras e saudáveis. Esse tipo de cozinha apresenta grande potencial de expansão, mas também exige estratégias bem definidas para conquistar uma base sólida de clientes e competir com outras opções de culinárias asiáticas já consolidadas no mercado.

A análise do ambiente externo considera fatores como o aumento da demanda por alimentos exóticos, tendências de consumo saudável e a presença nas redes sociais. Esses elementos podem ser explorados para atrair novos clientes e promover a experiência única oferecida pelo restaurante. Por outro lado, é necessário estar atento à concorrência e aos custos de importação de ingredientes típicos.

Internamente, o restaurante deve realizar uma análise SWOT, identificando suas forças (autenticidade dos pratos), fraquezas (dependência de fornecedores específicos), oportunidades (valorização da culinária coreana) e ameaças (competitividade do mercado e custos elevados). Com base nessa análise, são definidos a missão (proporcionar uma experiência autêntica da culinária coreana), a visão (tornar-se referência em comida coreana) e os valores (qualidade, sustentabilidade e respeito à cultura).

As estratégias incluem ações de marketing digital, campanhas em redes sociais, parcerias com influenciadores, eficiência operacional e controle financeiro rigoroso. A implementação do planejamento estratégico exige um cronograma claro e acompanhamento contínuo de indicadores, como satisfação dos clientes e

margem de lucro, permitindo adaptações conforme as mudanças do mercado e garantindo crescimento sustentável.

2.3.1. Plano de ação

Para o desenvolvimento do restaurante Sabor Coreano, foi elaborado um plano de ação dividido em etapas práticas e realistas, com o objetivo de garantir a organização e a execução eficiente de todas as fases do projeto.

Etapas do Plano de Ação:

Pesquisa de Mercado:

Realização de questionários, entrevistas e pesquisas online para identificar o interesse do público pela culinária coreana e analisar a concorrência local. Duração aproximada: 1 mês.

Definição do Público-Alvo:

Identificação do perfil dos clientes potenciais, considerando faixa etária, renda e preferências gastronômicas. Essa análise orientará as estratégias de marketing e a elaboração do cardápio. Duração: cerca de 15 dias.

Elaboração do Cardápio:

Seleção de pratos típicos coreanos, adaptando-os ao gosto brasileiro sem perder a autenticidade. Contará com o apoio de um chef consultor para testes e ajustes. Duração: aproximadamente 1 mês

Escolha dos Fornecedores:

Pesquisa e contato com empresas que ofereçam ingredientes coreanos e nacionais de qualidade. Duração: cerca de 20 dias.

Planejamento do Espaço Físico:

Definição do layout, decoração temática e estrutura necessária para a ambientação do restaurante. Duração estimada: 1 mês.

Criação das Estratégias de Marketing:

Desenvolvimento da identidade visual, redes sociais e campanhas de divulgação, valorizando a cultura coreana. Prazo previsto: 1 mês.

Treinamento da Equipe:

Capacitação dos funcionários para oferecer atendimento de qualidade e transmitir os valores culturais do restaurante. Duração: cerca de 15 dias.

Evento Piloto:

Realização de um evento teste para avaliar o cardápio, atendimento e ambiente, coletando feedbacks dos clientes para possíveis ajustes. Duração: 1 semana.

Abertura Oficial:

Início das operações do restaurante, com todas as etapas anteriores concluídas e os recursos devidamente organizados.

3. PRODUTO/SERVIÇO

O Sabor Coreano será um restaurante dedicado a oferecer uma experiência gastronômica autêntica e imersiva, inspirada na rica culinária da Coreia do Sul. O objetivo é unir sabores tradicionais, atendimento de excelência e ambiente temático, proporcionando aos clientes uma vivência única que vai além da alimentação.

O cardápio será composto por pratos típicos da culinária coreana, como *Bibimbap*, *Kimchi*, *Tteokbokki* e *Gimbap*, preparados com ingredientes selecionados e temperos originais. Além disso, o restaurante oferecerá bebidas tradicionais, como soju, refrigerantes coreanos e chás. O atendimento será tanto presencial quanto por delivery, com embalagens sustentáveis que reforçam o compromisso do restaurante com a responsabilidade ambiental.

3.1 Características

Autenticidade e Qualidade: Todos os pratos serão preparados seguindo receitas tradicionais coreanas, respeitando técnicas e sabores originais. Os ingredientes serão cuidadosamente selecionados, priorizando procedência e qualidade, para garantir uma experiência fiel e diferenciada.

Ambiente Temático e Acolhedor: O restaurante contará com design moderno e temático, inspirado nas ruas e cafeterias de Seul, unindo cultura, conforto e estética contemporânea. A decoração, iluminação e trilha sonora com instrumentais coreanos contribuirão para um ambiente imersivo e agradável.

Atendimento Humanizado: O Sabor Coreano prezarão por atendimento cordial, rápido e personalizado. A equipe será treinada para oferecer explicações sobre os pratos e curiosidades da cultura coreana, tornando o momento da refeição também uma oportunidade de aprendizado e descoberta.

Sustentabilidade: O restaurante adotará práticas sustentáveis em todas as etapas, como uso de embalagens biodegradáveis, redução do desperdício de alimentos e parcerias com fornecedores locais, contribuindo para a economia regional e o cuidado com o meio ambiente.

3.2 Propostas de Valor

Atendimento Personalizado e Experiência Cultural: O Sabor Coreano busca oferecer mais do que uma refeição uma experiência completa, que envolve os sentidos e desperta a curiosidade pela cultura coreana. O atendimento será próximo, atencioso e educativo, valorizando cada cliente.

Autenticidade e Tradição: A proposta central é levar a verdadeira culinária coreana para o interior paulista, respeitando suas raízes e mantendo o sabor original. Os pratos serão preparados com temperos típicos e técnicas tradicionais, garantindo autenticidade e qualidade.

Sustentabilidade e Consciência Social: Comprometido com práticas sustentáveis, o restaurante priorizará o uso de materiais ecológicos, a escolha de fornecedores conscientes e a redução de resíduos, contribuindo para um consumo mais responsável.

Variedade e Inclusão Alimentar: O cardápio contará com opções sem glúten, sem lactose e vegetarianas, garantindo que todos os públicos possam apreciar os sabores da Coreia sem restrições.

Ambiente Diferenciado e Confortável: O espaço foi planejado para unir conforto, estética e cultura. A decoração temática, o aroma dos pratos e a música ambiente criarão uma atmosfera acolhedora, tornando cada visita uma experiência inesquecível.

4. ANALÍSE DE MERCADO

O mercado de gastronomia asiática, especialmente a culinária coreana, tem apresentado crescimento significativo no Brasil, impulsionado pela popularização da cultura sul-coreana por meio de mídias como doramas, K-pop e redes sociais. A curiosidade e o interesse por experiências gastronômicas autênticas têm estimulado o surgimento de novos estabelecimentos focados nesse tipo de cozinha.

Em cidades de médio porte como Matão, esse nicho representa uma oportunidade promissora, considerando a escassez de ofertas semelhantes e o potencial de atração de um público em busca de novidades.

4.1 Cenário econômico atual

O setor gastronômico brasileiro está em constante transformação, impulsionado por mudanças no estilo de vida dos consumidores e pelo crescente interesse por experiências culinárias diferenciadas. A demanda por restaurantes que aliam qualidade, autenticidade e conforto tem aumentado, especialmente com a valorização da gastronomia internacional e da cultura asiática. Nesse contexto, a culinária coreana vem ganhando destaque, conquistando um público cada vez mais curioso e aberto a novas experiências sensoriais.

Em cidades do interior, como Matão (SP), observa-se um movimento de expansão no setor alimentício, com consumidores mais exigentes, que buscam não apenas uma refeição, mas também uma experiência completa — envolvendo ambiente, atendimento e identidade visual. A abertura de um restaurante coreano em Matão surge, portanto, como uma oportunidade promissora, ao atender a um nicho em crescimento e ainda pouco explorado na região.

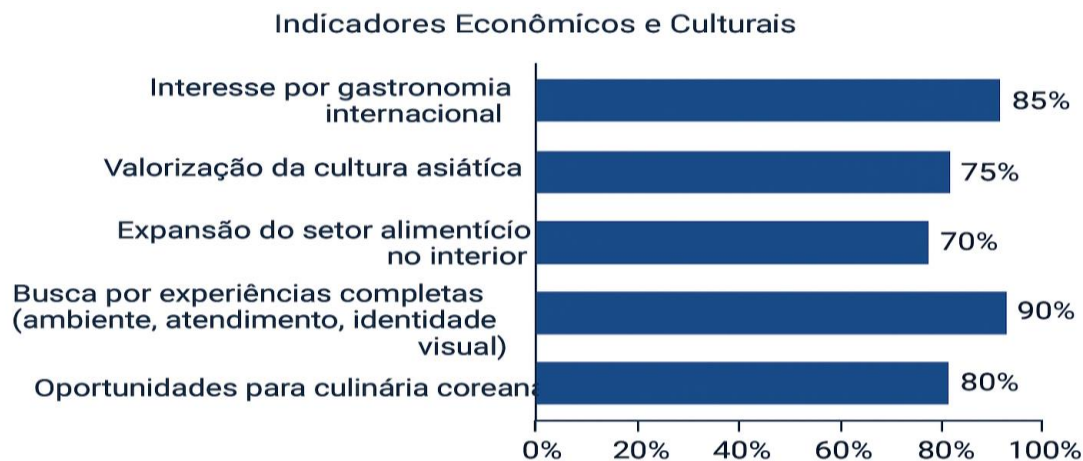


Gráfico 2: Cenário econômico no setor gastronômico brasileiro (2025)
 FONTE: elaborado pelas próprias autoras

Explicação Do Gráfico 2:

O gráfico sobre o cenário econômico no setor gastronômico brasileiro em 2025 demonstra o crescimento contínuo e a consolidação desse segmento como um dos mais dinâmicos da economia nacional. Ele evidencia que, mesmo diante das oscilações econômicas dos últimos anos, o setor manteve uma trajetória positiva, impulsionada pelo aumento da renda disponível da população, pela retomada do turismo e pela busca dos consumidores por experiências gastronômicas diferenciadas.

Percebe-se que a gastronomia contemporânea e temática, como a culinária asiática, coreana e japonesa, vem ganhando maior representatividade no mercado. Esse avanço se deve ao interesse crescente dos brasileiros por novas culturas e sabores, além da influência das redes sociais e das tendências internacionais. Restaurantes que combinam autenticidade, inovação e conforto são os que mais se destacam, refletindo uma mudança no perfil de consumo e na valorização da experiência completa, e não apenas do alimento.

Por fim, o gráfico indica que o setor gastronômico deve continuar em expansão nos próximos anos, com investimentos em tecnologia, delivery e sustentabilidade. A digitalização dos serviços, o uso de aplicativos de pedidos e a preferência por ingredientes locais e saudáveis se consolidam como principais

tendências, mostrando que o mercado está se adaptando às novas demandas econômicas e comportamentais do consumidor moderno.

4.2 Oportunidades e riscos

As mudanças no comportamento dos consumidores e o crescente interesse pela gastronomia internacional criam um cenário favorável para o surgimento de novos empreendimentos no setor alimentício. Em cidades como Matão, o público local tem se mostrado cada vez mais aberto a novas experiências gastronômicas, o que representa uma grande oportunidade para um restaurante coreano. A popularização da cultura sul-coreana — impulsionada por séries, música (K-pop) e redes sociais — tem despertado curiosidade e desejo de vivenciar essa cultura também por meio da culinária.

Entre as principais oportunidades, destacam-se a oferta de um cardápio autêntico e diferenciado, que se destaque da concorrência local, e a possibilidade de criar experiências culturais completas, com ambientação temática e eventos especiais. O investimento em atendimento de qualidade e presença digital também é essencial, pois as plataformas online, como redes sociais e aplicativos de delivery, são canais estratégicos para atrair novos clientes e fidelizar o público.

Além disso, a implementação de políticas de fidelização e promoções temáticas pode fortalecer o relacionamento com o cliente e gerar maior reconhecimento da marca na cidade.

Contudo, o negócio também apresenta riscos que precisam ser cuidadosamente administrados. A instabilidade econômica e a variação do poder de compra podem afetar diretamente o consumo em restaurantes, principalmente em períodos de aumento dos custos básicos. Outro ponto de atenção é a dependência de fornecedores especializados, já que muitos ingredientes típicos da culinária coreana não são produzidos localmente, o que pode gerar aumento de custos, problemas logísticos e dificuldade de reposição de produtos.

A concorrência com outros estabelecimentos gastronômicos da cidade também exige inovação constante, tanto no cardápio quanto no atendimento, para garantir diferenciação e fidelização do público. Além disso, caso o restaurante não

acompanhe as mudanças nas preferências dos consumidores, como a busca por opções mais saudáveis, práticas e sustentáveis, corre o risco de perder relevância no mercado local.

Portanto, o sucesso do restaurante coreano em Matão dependerá da gestão eficiente de custos, da negociação com fornecedores confiáveis, da adaptação às tendências de consumo e da criação de uma experiência gastronômica única, que una qualidade, cultura e autenticidade.



Figura 1: Análise SWOT
 FONTE: elaborado pelas próprias autoras

Explicação da Análise SWOT:

A análise SWOT tem como objetivo identificar os principais pontos fortes (*Strengths*), pontos fracos (*Weaknesses*), oportunidades (*Opportunities*) e ameaças (*Threats*) que podem influenciar o desempenho do restaurante coreano no mercado gastronômico. Essa ferramenta estratégica permite compreender melhor o ambiente interno e externo do negócio, auxiliando na tomada de decisões e no planejamento de ações futuras

Forças (*Strengths*):

O restaurante coreano se destaca pela autenticidade dos pratos, preparados com ingredientes típicos e técnicas tradicionais da culinária da Coreia do Sul. Além disso, o ambiente temático e acolhedor, aliado ao atendimento personalizado, contribui para uma experiência cultural completa. Outro ponto forte é o crescimento do interesse dos brasileiros pela cultura coreana, impulsionado pela popularidade do K-pop e dos dramas coreanos, o que favorece a aceitação do público.

Fraquezas (*Weaknesses*):

Entre os principais desafios internos estão o alto custo de importação de ingredientes específicos, o que pode elevar o preço final dos pratos, e a necessidade de mão de obra qualificada para manter a autenticidade das receitas. A pouca familiaridade de parte do público com a gastronomia coreana também pode representar uma barreira inicial de aceitação.

Oportunidades (*Opportunities*):

O crescimento do interesse pela cultura asiática no Brasil representa uma oportunidade de expansão. A presença nas redes sociais e o marketing digital voltado para o público jovem podem ampliar a visibilidade do restaurante. Além disso, há possibilidade de parcerias com influenciadores e eventos culturais, bem como a criação de novos produtos, como combos temáticos ou delivery personalizado, para atrair diferentes públicos.

Ameaças (*Threats*):

O restaurante está sujeito à concorrência crescente no setor gastronômico, principalmente de estabelecimentos que oferecem culinária internacional. A instabilidade econômica pode afetar o poder de compra dos consumidores, reduzindo o consumo fora de casa. Por fim, variações cambiais podem impactar os custos de importação e, conseqüentemente, a lucratividade do negócio.

4.3 Clientes e concorrentes

O público-alvo do restaurante coreano em Matão é composto majoritariamente por jovens adultos, estudantes, casais e apreciadores de experiências gastronômicas diferenciadas, que buscam qualidade, autenticidade e

um ambiente acolhedor. Esse público é fortemente influenciado por tendências culturais globais, como o K-pop, séries coreanas e redes sociais, o que os torna receptivos a propostas inovadoras.

Em termos de concorrência, o setor de alimentação na cidade é competitivo, com a presença de restaurantes tradicionais, pizzarias, lanchonetes e estabelecimentos de culinária japonesa e chinesa. No entanto, não há, até o momento, restaurantes especializados exclusivamente na cozinha coreana, o que representa uma vantagem estratégica para o negócio.

As principais características que podem diferenciar o restaurante coreano incluem o atendimento personalizado, o cardápio autêntico com ingredientes típicos, o ambiente temático inspirado na cultura sul-coreana e a oferta de pratos exclusivos. Para se destacar nesse ambiente competitivo, será essencial investir em marketing digital, promoções, parcerias com influenciadores locais e participação em eventos gastronômicos da região.

4.4 Posição da empresa

A posição do restaurante coreano no mercado local será diretamente influenciada por diversos fatores estratégicos. Por trabalhar com uma culinária específica e depender de fornecedores para ingredientes típicos, a empresa precisará garantir que a qualidade dos pratos e a autenticidade da experiência gastronômica estejam alinhadas às expectativas dos clientes, sem perder competitividade em termos de preço e serviço.

Essa posição pode ser fortalecida por meio de estratégias de fidelização de clientes, como atendimento personalizado, ambiente temático e programas de recompensas para clientes frequentes. Além disso, a diversificação do cardápio, com opções que atendam tanto aos consumidores mais tradicionais quanto aos mais curiosos e abertos a novas experiências, será essencial para atrair um público variado.

O setor de alimentação, especialmente o de restaurantes temáticos, enfrenta desafios significativos, como a alta carga tributária e os custos elevados de operação, que impactam diretamente os preços finais dos pratos. Essa realidade

pode representar uma barreira para pequenos negócios que ainda estão se consolidando no mercado.

Outro desafio importante é a volatilidade da economia brasileira, que pode afetar o poder de compra da população local, resultando em uma possível redução na frequência de consumo fora de casa. Situações como inflação, desemprego e instabilidade política demandam do restaurante um planejamento estratégico sólido e flexível, capaz de se adaptar rapidamente a mudanças de cenário.

Além disso, a concorrência com outros estabelecimentos gastronômicos exige constantes investimentos em inovação, marketing e atualização do cardápio, o que pode representar um desafio financeiro. Em um ambiente competitivo, com ampla oferta de opções e consumidores cada vez mais bem informados, a construção de uma marca forte, confiável e diferenciada será fundamental para manter a relevância e conquistar um espaço de destaque em Matão.

5. PLANO DE MARKETING

O plano de marketing do restaurante Sabor Coreano tem como objetivo promover o reconhecimento da marca e aproximar o público da gastronomia sul-coreana, apresentando uma nova opção gastronômica para a cidade de Matão. O restaurante busca oferecer um ambiente acolhedor e uma experiência diferenciada, aproveitando o crescente interesse pela cultura coreana no Brasil para divulgar seus produtos e atrair clientes curiosos por novos sabores.

O cardápio contará com pratos tradicionais preparados com ingredientes selecionados, priorizando autenticidade e qualidade. A estratégia de comunicação será baseada em campanhas digitais, presença ativa nas redes sociais e eventos culturais que fortaleçam a identidade da marca.

O objetivo é criar um vínculo com o público, destacando o restaurante como referência regional em culinária coreana e promovendo uma experiência completa que una cultura e gastronomia.

5.1 Estratégias de Relacionamento com o Público-Alvo

Para conquistar e manter clientes, o restaurante utilizará estratégias de comunicação em diversos canais digitais, principalmente Instagram, Facebook e TikTok. A divulgação será constante, apresentando pratos típicos, promoções, eventos culturais e novidades do cardápio, mantendo o público sempre engajado.

Para incentivar a frequência de visitas, serão adotadas ações de fidelização, como ofertas especiais e programas de recompensas para clientes recorrentes. A comunicação será personalizada, considerando os interesses e preferências do público, como pratos favoritos e tipos de experiências culturais buscadas.

Parcerias com influenciadores locais e entusiastas da cultura coreana também serão realizadas, ampliando o alcance das ações e reforçando a identidade do restaurante. As redes sociais serão usadas para publicar conteúdos visuais e textos que mostrem o ambiente, os pratos e eventos especiais, além de promoções e ações de engajamento.

Com essas estratégias, o restaurante pretende criar uma relação próxima com os clientes, oferecendo experiências culinárias diferenciadas e momentos de interação cultural, tornando-se uma referência em Matão.

5.2 Estratégias de venda

Para garantir o sucesso e a sustentabilidade do restaurante coreano, é fundamental adotar estratégias de vendas eficazes que atraiam clientes, fortaleçam a marca e promovam o aumento da lucratividade. Essas estratégias devem considerar tanto o público-alvo quanto as tendências do mercado gastronômico, especialmente o crescimento do interesse pela cultura coreana no Brasil.

Divulgação e presença digital

A presença online é indispensável para qualquer negócio moderno. O restaurante deve manter perfis ativos nas principais redes sociais (Instagram, TikTok e Facebook), divulgando fotos atrativas dos pratos, vídeos curtos de preparo, curiosidades sobre a culinária coreana e conteúdos que despertem o interesse cultural do público. Além disso, investir em anúncios pagos (Google Ads e Meta Ads) ajuda a alcançar pessoas na região de Matão e cidades vizinhas, aumentando o reconhecimento da marca.

Parcerias e influenciadores locais

Colaborações com influenciadores digitais e criadores de conteúdo gastronômico podem gerar grande visibilidade. Enviar convites para degustação e realizar parcerias com influenciadores regionais de Matão contribui para divulgar o restaurante de forma autêntica e espontânea, estimulando o público a conhecer o local.

Programas de fidelidade e promoções

Implementar um programa de fidelidade, como o sistema de pontos ou descontos progressivos, incentiva os clientes a retornarem. Promoções temáticas, como “Noite do Bibimbap” ou “Festival do Kimchi”, também criam oportunidades sazonais de aumento nas vendas. Ofertas especiais em datas comemorativas, como Dia dos Namorados ou feriados nacionais, ajudam a atrair novos públicos.

Experiência diferenciada no atendimento

Mais do que vender comida, o restaurante deve oferecer uma experiência cultural completa. Isso inclui um ambiente decorado com elementos típicos coreanos, trilha sonora temática, atendimento personalizado e explicações breves sobre os pratos e seus ingredientes. A experiência sensorial faz com que o cliente associe o restaurante a momentos especiais, aumentando a chance de retorno.

Delivery e aplicativos de pedidos

O uso de plataformas como iFood, Rappi e WhatsApp Business é essencial para ampliar o alcance do restaurante. Oferecer combos promocionais e embalagens temáticas pode tornar o delivery uma extensão da experiência presencial. Também é recomendável manter uma comunicação humanizada com o cliente, enviando mensagens de agradecimento e incentivo para novas compras.

Marketing de experiência e eventos culturais

Promover eventos temáticos, como “Noite K-Pop”, “Festival de Doramas” ou “Degustação de Chás Coreanos”, pode atrair o público jovem e apaixonado pela cultura asiática. Essas ações fortalecem a identidade da marca e criam vínculos emocionais com os clientes, tornando o restaurante mais do que um local de alimentação — um ponto de encontro cultural

5.3 Estratégias de distribuição do produto e/ou serviço

As estratégias de distribuição do restaurante coreano têm como objetivo garantir que os produtos e serviços cheguem ao consumidor com qualidade, rapidez e praticidade, preservando a autenticidade da culinária e a satisfação do cliente. O principal canal será o atendimento presencial, proporcionando aos consumidores uma experiência completa e diferenciada, que vai além da alimentação. O ambiente temático, cuidadosamente decorado com elementos que remetem à cultura coreana, somado a uma trilha sonora suave e um atendimento acolhedor, cria um momento único e memorável para o cliente, reforçando a identidade e o posicionamento do restaurante no mercado local.

Além do atendimento físico, o restaurante contará com o serviço de delivery, ampliando o alcance para consumidores que preferem receber os pratos no conforto de casa, sem perder a qualidade e o sabor característicos da gastronomia coreana.

As entregas serão realizadas tanto por meio de aplicativos de entrega, como iFood e Rappi, quanto por pedidos diretos via WhatsApp Business, o que permite uma comunicação mais próxima, ágil e personalizada com o cliente. Esse contato direto também possibilita o envio de mensagens de agradecimento, feedbacks e promoções exclusivas, fortalecendo o relacionamento e estimulando a recompra.

Para garantir a qualidade dos alimentos até o momento da entrega, serão utilizadas embalagens térmicas, seguras e sustentáveis, que preservam a temperatura, o sabor e a apresentação dos pratos. Essa preocupação reflete o compromisso da empresa com a sustentabilidade e a experiência do consumidor, além de agregar valor à marca e atender às exigências de um público cada vez mais consciente e exigente.

Outra opção de distribuição será a retirada no local (*take away*), voltada para clientes que valorizam agilidade e praticidade, especialmente durante o horário de almoço ou em dias de grande movimento. Essa modalidade contribui para aumentar o fluxo de vendas e otimizar o atendimento, reduzindo o tempo de espera e oferecendo a conveniência de retirar o pedido pronto, sem a necessidade de consumo no salão. O restaurante poderá oferecer descontos ou combos especiais para incentivar essa forma de compra, tornando-a ainda mais atrativa.

Com essas ações, o restaurante busca integrar diferentes canais de distribuição de forma harmoniosa, equilibrando a experiência presencial com a conveniência do delivery e a praticidade da retirada. O objetivo é oferecer ao cliente diversas formas de acesso aos produtos, sem comprometer o sabor, a qualidade ou a essência da culinária coreana, fortalecendo assim a imagem do restaurante como um negócio moderno, acessível e culturalmente autêntico.

6. MANUFATURA E/OU OPERAÇÕES

As operações do restaurante Sabor Coreano são cuidadosamente planejadas para garantir eficiência, qualidade e agilidade em todas as etapas do processo produtivo. A produção dos pratos ocorre em uma cozinha profissional equipada com utensílios e equipamentos adequados às exigências da gastronomia coreana, permitindo o preparo de alimentos com alto padrão de sabor e apresentação.

O fluxo operacional é organizado para otimizar tempo e recursos, desde a chegada dos insumos até a entrega do prato ao cliente. As atividades de preparação seguem um cronograma diário, contemplando o controle de estoque, higienização dos ingredientes, preparo, montagem e atendimento.

Além disso, o restaurante adota práticas sustentáveis no uso de água, energia e descarte de resíduos, priorizando o consumo consciente e a responsabilidade ambiental. A equipe é constantemente treinada para manter os processos padronizados, garantindo que todos os pratos sejam produzidos com o mesmo nível de qualidade e autenticidade.

Com uma gestão eficiente das operações, o Sabor Coreano busca oferecer uma experiência gastronômica completa, que une tradição, tecnologia e hospitalidade, reforçando o compromisso com a excelência no atendimento e na produção culinária.

A gestão de fornecedores será baseada em critérios de qualidade, regularidade de entrega, conformidade sanitária e competitividade. Para isso, será utilizado um *score card* de avaliação contínua, garantindo que apenas parceiros com desempenho satisfatório permaneçam na cadeia de suprimentos.

Os contratos firmados incluirão cláusulas essenciais sobre qualidade dos produtos, prazos de entrega, garantias, confidencialidade e plano de contingência, assegurando maior confiabilidade no abastecimento.

Os insumos serão classificados por criticidade, priorizando fornecedores locais para produtos perecíveis e importadores especializados para ingredientes

tradicionais coreanos. Também serão mantidas opções de fornecedores alternativos para itens essenciais, reduzindo riscos de ruptura no estoque.

6.1. Descrição do Processo de Fabricação e Desenvolvimento

O restaurante conta com uma cozinha estruturada e equipada para o preparo diário dos pratos típicos da culinária sul-coreana, priorizando ingredientes frescos e de alta qualidade. Todo o processo produtivo segue etapas bem definidas, garantindo padronização, autenticidade e segurança alimentar.

Seleção e compra de ingredientes: Produtos adquiridos de fornecedores locais e especializados, assegurando frescor e autenticidade dos insumos.

Pré-preparo: Higienização, corte e armazenamento dos alimentos, sempre em conformidade com as normas da Vigilância Sanitária.

Preparo e cocção: Elaboração dos pratos conforme receitas tradicionais, respeitando técnicas autênticas da culinária coreana.

Montagem e finalização: Atenção aos detalhes, valorizando o equilíbrio entre sabor, cor e textura.

Atendimento: Sistema à la carte, com garçons uniformizados e atendimento humanizado.

6.2. Sistema de Qualidade

O Sabor Coreano implementa um rigoroso sistema de qualidade, com foco na segurança alimentar e na plena satisfação dos clientes.

Entre as principais medidas adotadas estão: Treinamento contínuo da equipe, com ênfase em boas práticas de manipulação de alimentos e atendimento de excelência.

Controle rigoroso de validade e armazenamento dos produtos, garantindo frescor e segurança.

Padronização das receitas, assegurando que o sabor e a apresentação dos pratos se mantenham consistentes.

Avaliação periódica da satisfação dos clientes, por meio de pesquisas e feedbacks construtivos.

Cumprimento integral das normas sanitárias da ANVISA, promovendo higiene, limpeza e organização em todas as etapas do processo.

Essas ações visam consolidar um alto padrão de qualidade, combinando autenticidade, segurança e excelência no atendimento, proporcionando aos clientes uma experiência coreana verdadeiramente memorável.

7. PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro tem como objetivo apresentar a viabilidade econômica do restaurante coreano localizado na cidade de Matão – SP. O estudo detalha o investimento inicial necessário, os custos fixos e variáveis mensais, a previsão de faturamento e o ponto de equilíbrio financeiro, a fim de demonstrar a sustentabilidade do negócio e o tempo estimado para o retorno do investimento.

7.1. Projeções financeiras de custos

A projeção financeira de custos é uma estimativa detalhada dos gastos futuros de uma empresa ou projeto dentro de um determinado período. Ela serve para planejar e prever quanto será necessário investir para manter as operações, realizar novos investimentos ou alcançar metas específicas.

Em outras palavras, é um planejamento financeiro que ajuda a empresa a entender quanto vai gastar, em que vai gastar e se os recursos disponíveis serão suficientes.

Objetivo:

O principal objetivo da projeção financeira de custos é evitar surpresas financeiras, garantir o equilíbrio entre receitas e despesas e auxiliar na tomada de decisões estratégicas, como definir preços, reduzir gastos e planejar lucros.

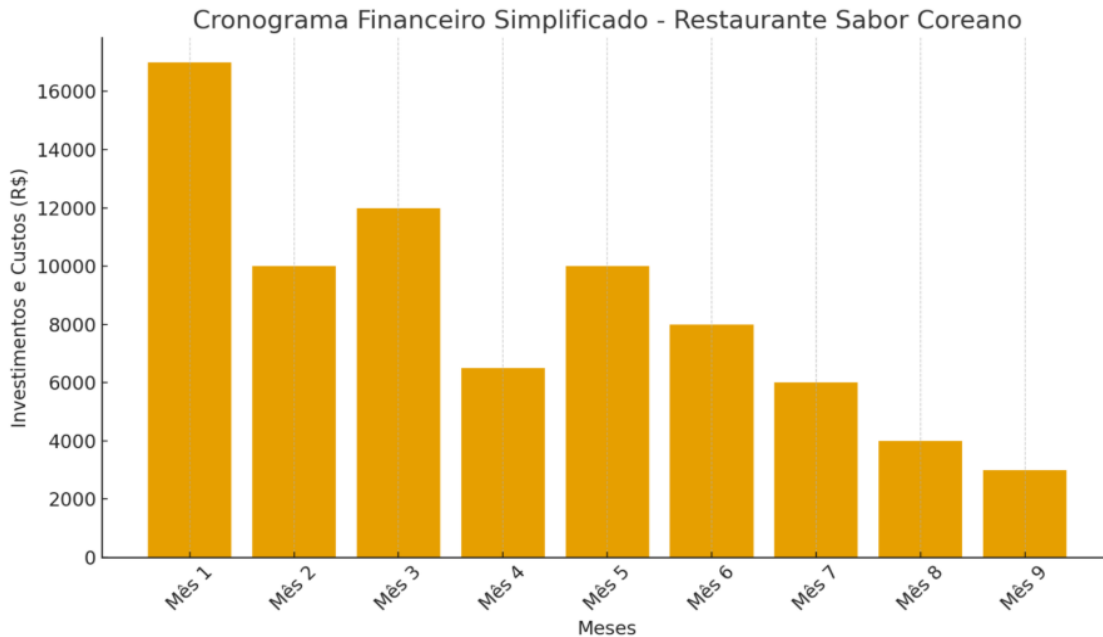


Gráfico 3: Cronograma Financeiro Simplificado
 FONTE: elaborado pelas próprias autoras

Explicação Do Cronograma Financeiro Simplificado:

O cronograma financeiro apresentado organiza as principais etapas de investimento e despesas de um projeto gastronômico ao longo de nove meses (de janeiro a setembro). Ele é dividido em cinco categorias de gastos, cada uma com os meses correspondentes em que os recursos serão aplicados.

Veja o que cada linha representa:

Licenciamento (Jan–Mar):

Refere-se aos custos com alvarás, registros e autorizações legais para funcionamento. Esses gastos estão concentrados nos três primeiros meses, indicando que a regularização do negócio é uma prioridade inicial

Equipamentos (Mar):

Inclui a compra de utensílios, eletrodomésticos e mobiliário necessários para a operação. O investimento ocorre em março, após o licenciamento estar encaminhado.

Estoque Inicial (Abr):

Representa a aquisição dos primeiros insumos e ingredientes para iniciar as atividades. Está previsto para abril, sugerindo que a inauguração do negócio ocorre logo após.

Marketing (Jul):

Envolve ações de divulgação, como redes sociais, panfletagem ou promoções. Está planejado para julho, possivelmente como reforço de visibilidade após os primeiros meses de operação.

Capital de Giro (Jun–Set):

Refere-se aos recursos destinados a manter o funcionamento do negócio (pagamento de contas, salários, reposição de estoque etc.). Está distribuído entre junho e setembro, garantindo sustentabilidade financeira no médio prazo elaborado pelas Compara faturamento, custos fixos, custos variáveis e resultado estimado ao longo dos meses.

Distribuição Financeira Mensal

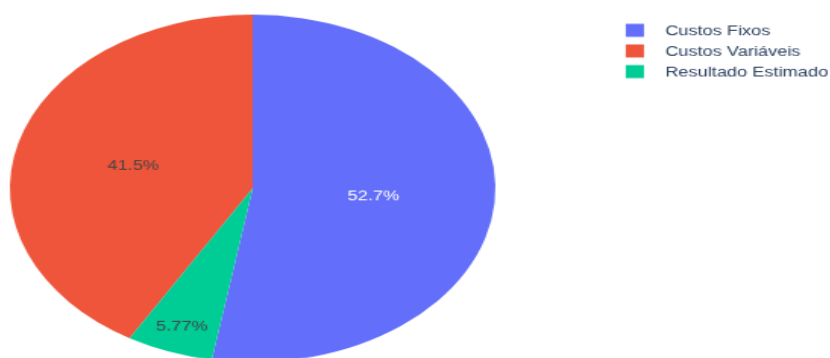


Gráfico 4: Distribuição Financeira Mensal
FONTE: elaborado pelas próprias autoras

Explicação Da Distribuição Financeira Mensal:

O gráfico de distribuição financeira mensal demonstra como os recursos do restaurante coreano são aplicados e distribuídos entre as principais categorias de despesas, como custos fixos, variáveis e investimentos. Essa análise é fundamental para compreender o direcionamento do capital e o impacto de cada área no orçamento total do negócio.

Por meio dessa visualização, é possível identificar quais setores demandam maior investimento — como aquisição de insumos, pagamento de funcionários, manutenção do espaço e ações de marketing — e avaliar se a divisão está equilibrada em relação à receita mensal. Um bom controle nessa distribuição garante que os gastos permaneçam dentro do planejamento e evita desequilíbrios financeiros que possam comprometer a lucratividade.

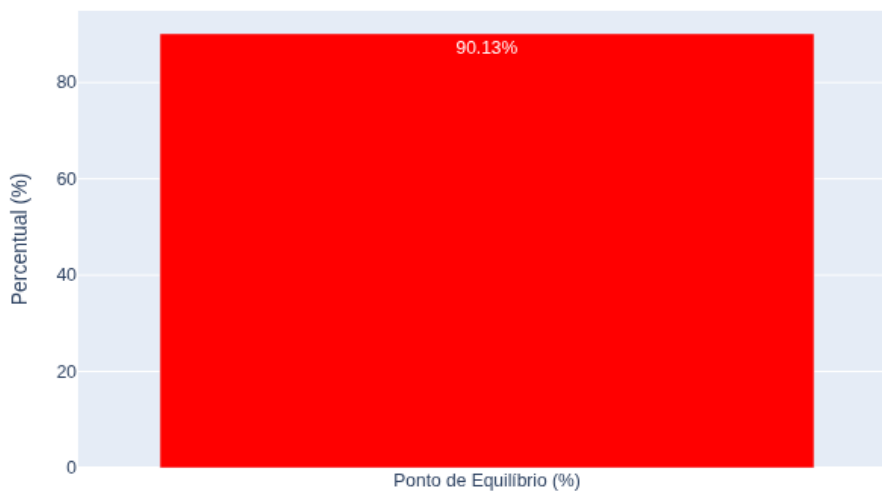


Gráfico 5: Ponto De Equilíbrio Financeiro
FONTE: elaborado pelas próprias autoras

Explicação Do Ponto De Equilíbrio Financeiro:

O gráfico do ponto de equilíbrio financeiro representa a relação entre os custos totais e as receitas do restaurante, indicando o momento em que o faturamento é suficiente para cobrir todas as despesas, sem gerar lucro nem prejuízo. Esse indicador é essencial para compreender a sustentabilidade financeira do negócio e definir metas realistas de vendas mensais.

No gráfico, a linha do ponto de equilíbrio mostra o valor mínimo de faturamento que o restaurante deve alcançar para que os custos fixos e variáveis sejam totalmente cobertos. A partir desse ponto, qualquer aumento na receita passa a representar lucro efetivo. Essa análise ajuda os gestores a determinarem o volume de vendas necessário, bem como a identificar períodos em que o faturamento ficou abaixo do esperado.

Interpretação Balanceada

Os gráficos mostram que, com uma gestão eficiente e controle dos custos, o restaurante tem potencial para ser lucrativo. O ponto de equilíbrio próximo de 90% indica que o negócio é sensível a variações de vendas, exigindo atenção constante ao mercado e à satisfação dos clientes. O acompanhamento mensal e anual permite ajustes rápidos e decisões estratégicas para garantir a sustentabilidade financeira.

7.2. Estimativas De Venda

A estimativa de vendas do restaurante coreano foi desenvolvida com base no ticket médio por cliente, no número previsto de atendimentos mensais e na capacidade operacional do estabelecimento.

Para o primeiro ano, foram projetadas vendas considerando um fluxo inicial de clientes ainda em formação. Dessa forma, a previsão mensal foi calculada com base no número de refeições que o restaurante é capaz de produzir por dia, multiplicado pelos dias de funcionamento e ajustado para a demanda esperada no

início das atividades. Essa projeção reflete um crescimento gradual ao longo dos meses, acompanhando o aumento da procura e o fortalecimento da divulgação.

No segundo ano, utilizou-se como referência o desempenho projetado do ano anterior, aplicando-se um incremento percentual no volume de vendas, considerando o aumento do fluxo de clientes e melhores resultados provenientes de estratégias de promoção e boca a boca. Esse ajuste representa o avanço natural da empresa após o primeiro ano completo de operação.

Para o terceiro ano, a projeção segue a tendência de crescimento, aplicando novamente um aumento percentual em relação ao ano anterior. Nesta etapa, pressupõe-se que o restaurante já tenha um público fidelizado e uma operação mais eficiente, possibilitando maior volume de vendas mensais.

As estimativas foram calculadas com foco na realidade operacional da empresa, garantindo um planejamento financeiro compatível com a capacidade produtiva e com a expectativa de evolução do negócio ao longo dos três primeiros anos.

Projeção de Entrada de Caixa

Mês		Clientes	Valor Médio	Valor Diário	Valor Mês
Mês 01	40.00	40.00	70.00	2,800.00	72,800.00
Mês 02	42.00	42.00	70.00	2,940.00	76,440.00
Mês 03	44.10	45.00	70.00	3,150.00	81,900.00
Mês 04	46.31	47.00	70.00	3,290.00	85,540.00
Mês 05	48.62	49.00	70.00	3,430.00	89,180.00
Mês 06	51.05	52.00	70.00	3,640.00	94,640.00
Mês 07	53.60	54.00	70.00	3,780.00	98,280.00
Mês 08	56.28	57.00	70.00	3,990.00	103,740.00
Mês 09	59.10	60.00	70.00	4,200.00	109,200.00
Mês 10	62.05	63.00	70.00	4,410.00	114,660.00
Mês 11	65.16	66.00	70.00	4,620.00	120,120.00
Mês 12	68.41	69.00	70.00	4,830.00	125,580.00
Total Ano 01					1,172,080.00

Quadro 1: Projeção de Entrada de Caixa
 FONTE: elaborado pelas próprias autoras

Explicação do quadro 1:

Para estimar as entradas de caixa referentes ao primeiro ano de operação do restaurante, foi elaborada uma projeção mensal das receitas. Essa projeção baseia-se em dois fatores principais: o ticket médio por cliente e o volume estimado de vendas por mês.

Dessa forma, foi possível calcular o faturamento previsto, considerando a sazonalidade natural do setor gastronômico. Os valores apresentam um crescimento gradual ao longo dos meses, refletindo a expectativa de que o restaurante conquiste visibilidade, atraia novos clientes e consolide sua marca na região. Assim, a entrada de caixa inicial é menor, enquanto nos meses seguintes observa-se um aumento constante na receita bruta, acompanhando o desenvolvimento do negócio e o aumento do fluxo de consumidores.

Essa estimativa das entradas de caixa do primeiro ano serviu como base para o planejamento financeiro posterior, pois a partir dela foram realizados os cálculos de Custo das Mercadorias Vendidas (CMV), despesas tributárias, custos fixos e fluxo de caixa líquido do empreendimento, garantindo coerência entre todas as projeções financeiras apresentadas neste estudo.

Projeção de Fluxo de Caixa

	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Receitas	1,172,080.00	1,289,288.00	1,392,431.04
Custo Mec Vendidas	351,624.00	383,270.16	417,729.31
Despesas Tributárias	117,208.00	128,928.80	139,243.10
Desp com Pessoal	405,070.85	425,324.39	446,590.61
Custos fixos	47,120.00	49,004.80	50,964.99
Fluxo de Caixa Bruto	251,057.15	302,759.85	337,903.02
IRPJ	85,359.43	102,938.35	114,887.03
Fluxo de Caixa Líquido	165,697.72	199,821.50	223,015.99

Quadro 2: Projeção de Fluxo de Caixa
 FONTE: elaborado pelas próprias autoras

Explicação do quadro 2:

Para estimar os resultados financeiros do restaurante coreano, foi elaborada uma projeção de fluxo de caixa para os três primeiros anos de operação. Os valores foram calculados a partir de hipóteses realistas baseadas no mercado gastronômico.

Inicialmente, foi realizada a projeção das receitas, considerando o número previsto de clientes por mês e o ticket médio por refeição. A receita do primeiro ano serviu como base para o crescimento esperado nos anos seguintes, adotando-se uma taxa de aumento de 10% no segundo ano e 8% no terceiro, assumindo maior visibilidade e fidelização da clientela ao longo do tempo.

O Custo de Mercadoria Vendida (CMV) foi estimado como 30% da receita, percentual compatível com o segmento de alimentação fora do lar, considerando principalmente os insumos utilizados no preparo dos pratos. Como se trata de um novo empreendimento, o estoque inicial foi considerado nulo.

As despesas tributárias foram calculadas como 10% sobre a receita bruta, representando os tributos incidentes sobre vendas para fins de projeção.

As despesas com pessoal englobam salários e encargos sociais. No segundo e terceiro ano, foi considerado reajuste de 5% ao ano devido à inflação e aumentos previstos na folha de pagamento.

Os custos fixos incluem despesas administrativas e operacionais recorrentes, como aluguel, energia, água, internet e demais gastos mensais comuns ao funcionamento do restaurante. Para os anos subsequentes, aplicou-se reajuste anual de 4%.

A partir da diferença entre receitas e despesas, obteve-se o Fluxo de Caixa Bruto. Em seguida, foi calculado o IRPJ, considerando a alíquota de 34% sobre o lucro tributável, resultando no Fluxo de Caixa Líquido, que representa os valores efetivamente disponíveis ao negócio após a carga tributária sobre os resultados.

Dessa forma, a projeção demonstra a viabilidade financeira do empreendimento ao longo dos três primeiros anos, apontando evolução gradual da lucratividade conforme o crescimento das receitas e a estabilização dos custos operacionais.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste trabalho teve como objetivo principal a elaboração de um plano de negócios voltado à criação de um restaurante coreano na cidade de Matão – SP, destacando o potencial de crescimento da gastronomia asiática no Brasil e o aumento do interesse do público pela cultura coreana. Por meio das análises realizadas, foi possível compreender a importância do planejamento estratégico, da gestão financeira e do posicionamento de mercado para garantir a viabilidade e o sucesso do empreendimento.

O estudo evidenciou que o restaurante coreano possui grande potencial competitivo, especialmente por oferecer uma proposta diferenciada, que une autenticidade cultural, qualidade gastronômica e uma experiência sensorial única. As estratégias de marketing, vendas e distribuição foram pensadas para atender às demandas de um público moderno, que busca novas vivências gastronômicas e valoriza tanto o sabor quanto a originalidade.

A projeção financeira demonstrou que o negócio é economicamente viável, apresentando estimativas de vendas compatíveis com a estrutura proposta e margem de crescimento sustentável ao longo do tempo. Além disso, o foco em ações de fidelização, atendimento de excelência e presença digital fortalece a imagem do restaurante e garante maior proximidade com os clientes.

Por fim, conclui-se que o restaurante coreano não é apenas um empreendimento gastronômico, mas também um espaço de valorização cultural, integração social e difusão de novos sabores. A partir do planejamento apresentado, o negócio mostra-se promissor e capaz de contribuir tanto para o desenvolvimento econômico local quanto para o enriquecimento da diversidade cultural da cidade de Matão.

REFERÊNCIAS

ABRASEL. Panorama da gastronomia no Brasil 2024. Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, 2024. Disponível em: <https://abrase.com.br/noticias/noticias/estudo-inedito-restaurantes-economia-brasileira/>.

BNDES. Guia de apoio para pequenos negócios de alimentação. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, 2023. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br>.

BRASIL. Ministério do Turismo. Tendências gastronômicas e culturais no Brasil. Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/saiba-quais-sao-as-tendencias-do-turismo-gastronomico-no-brasil>.

MINTEL. Relatório de tendências de consumo alimentar no Brasil. São Paulo: Mintel Group Ltd., 2024. Disponível em: <https://www.mintel.com/br/insights/food-and-drink/tendencias-globais-em-alimentos-e-bebidas/>.

SEBRAE. Plano de negócios para o setor de alimentação: restaurantes e lanchonetes. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2024. Disponível em: https://conhecimento.sebraers.com.br/wp-content/uploads/2023/07/PLANO-DE-NEGOCIOS-SEBRAE-links-24.04-VFinal_2_compressed.pdf.

TURISMO BRASIL. A influência da cultura asiática no consumo brasileiro. Brasília: Ministério do Turismo, 2024. Disponível em: <https://culturanf.com.br/ descubra-como-a-cultura-brasileira-se-enriqueceu-com-a-contribuicao-asiatica/>.

WIKIPEDIA. Baek Jong-won – Wikipédia, a enciclopédia livre. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Baek_Jong-won.