

# Saiba como montar um bom cardápio de alimentos e bebidas



Introdução .....	3
Como definir o menu? .....	4
Como calcular os preços? .....	11
Como diagramar o cardápio? .....	14
Conclusão .....	17
Sobre o Sebrae PE .....	18



## Introdução

Não importa qual seja o seu estabelecimento dentro do **setor gastronômico**. Bares, restaurantes, padarias, cafés e afins compartilham de um mesmo desafio: **como montar um cardápio de alimentos e bebidas**.

O cardápio é responsável não só por apresentar, ao potencial consumidor, aquilo você produz e os diferenciais que oferece, mas também por definir como vai ser a sua política de preço, o padrão de qualidade do estabelecimento e o nicho de mercado que você busca atender.

O menu é algo que envolve muita responsabilidade, por isso, preparamos um e-book que aborda não só **o que considerar ao produzir esse material** e como garantir um **layout profissional**, mas também como tabelar os custos dos comes e bebes. Acompanhe e fique por dentro de todas as dicas!

# Como definir o menu?

Neste primeiro capítulo, vamos discutir quais são os principais pontos que você deve considerar ao definir o menu do seu estabelecimento. Atente-se a eles, pois há tanto aspectos estratégicos, que abordam o planejamento do cardápio, quanto aspectos que tratam das informações que devem estar contidas nesse material. Confira!

## Planeje o menu de acordo com o serviço

Pode soar óbvio, mas é sempre importante bater nesta tecla: você deve **planejar o menu do estabelecimento de acordo com o serviço oferecido**. Se você tem um café, não faz sentido montar o cardápio do espaço com refeições completas para almoço e jantar — afinal, quem frequenta o seu negócio não busca esse tipo de serviço, mas, sim, bebidas (quentes, frias, infusões etc.), aperitivos, sobremesas, massas, saladas, gelados e afins. Resumindo: lanches leves e práticos de serem consumidos.

Redobre o **cuidado com essa questão para não descaracterizar o seu estabelecimento** e tornar confusa a proposta da marca e o posicionamento dela no mercado.





## Faça um levantamento de mercado

Ao produzir um menu, faça um levantamento prévio de mercado. Para tanto, informe-se sobre os cardápios dos concorrentes — tanto aqueles com estabelecimentos próximos ao seu quanto os que estão em outras localidades da cidade. Isso é importante por vários motivos:

- conhecer o modo de operação da concorrência;
- saber quais pratos e bebidas têm mais saída nesses locais;
- descobrir como é a apresentação dos itens do menu;
- ficar por dentro do custo-benefício das refeições para o freguês;
- identificar possíveis problemas de informação presentes nos menus de outros estabelecimentos e como isso atrapalha a experiência do consumidor;
- avaliar a faixa de faturamento da concorrência.

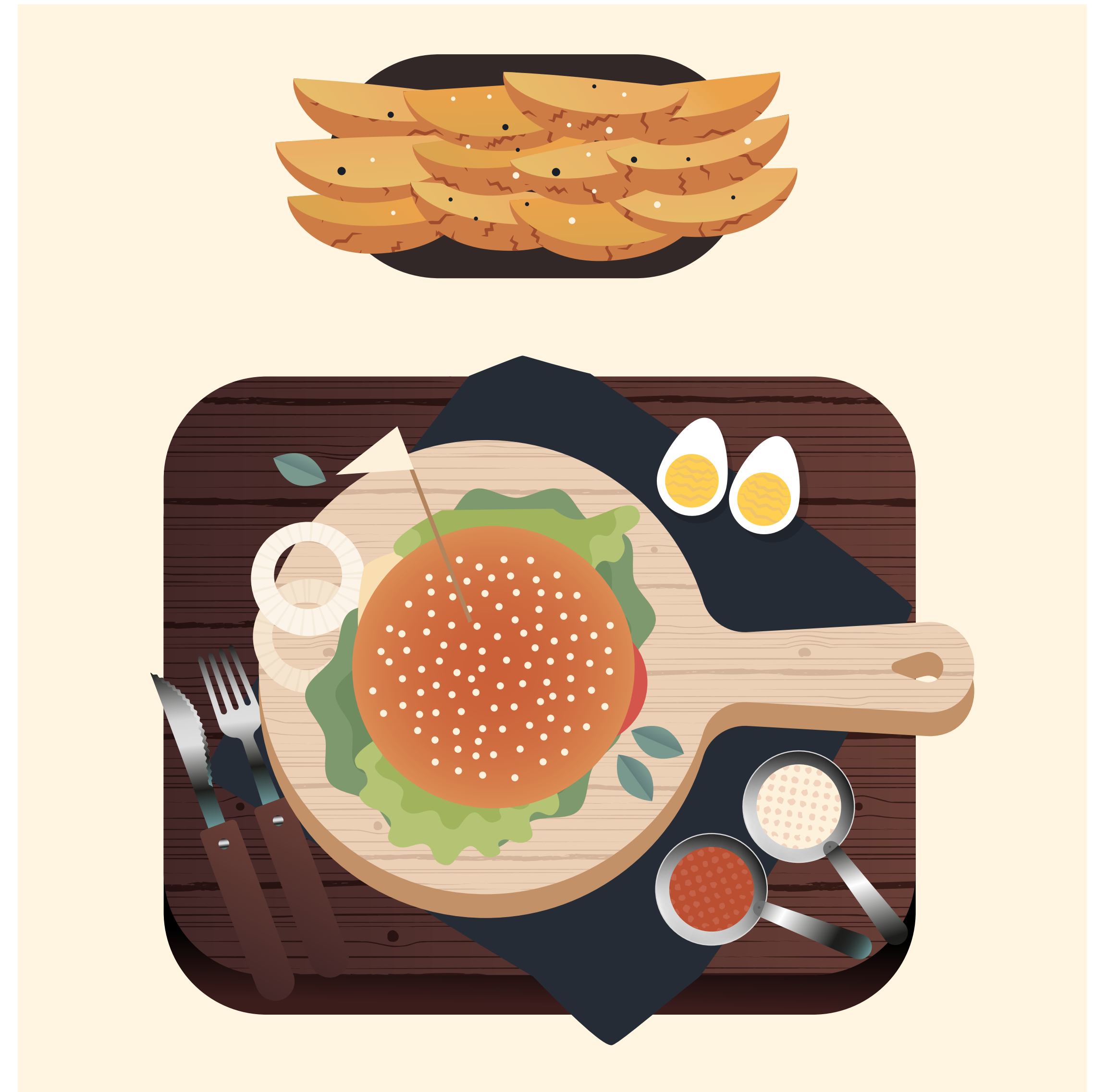
A partir desses dados, você poderá planejar o seu cardápio de maneira mais otimizada, organizada, acessível e, acima de tudo, inovadora, para atingir em cheio o seu público-alvo.

## Dedique tempo aos nomes dos pratos e das bebidas

Ao definir o nome dos pratos e das bebidas, você pode **se ater ao que eles são** (por exemplo, carne assada ao molho madeira ou shot de tequila) ou **optar por personalizá-los** — fazendo referências ao chef do local, a elementos da identidade da marca, ao tipo de culinária do espaço, a personalidades da mídia ou à história do estabelecimento.

Caso escolha a segunda opção, sem problemas! Apenas atente-se a alguns pontos para evitar dores de cabeça com antecedência. São eles:

- possíveis ambiguidades veladas nos nomes;
- menu com nomes parcial ou totalmente iguais aos da concorrência;
- uso excessivo de palavras estrangeiras, que dificultam o entendimento das comidas;
- menções incômodas a pessoas que não querem ser vinculadas ao estabelecimento, pois elas podem acabar entrando com processos legais contra o negócio.



## Estabeleça categorias de produtos

Nenhum menu deve apresentar produtos aleatoriamente. Ao contrário, toda a estrutura desse material é sequencial, com início, meio e fim, tanto para o almoço quanto para o jantar. O padrão do cardápio é ser setorizado em categorias **a depender do tipo de serviço e da culinária do local.**

Imagine, por exemplo, um restaurante de comida regional brasileira. Nesse caso, o menu deve ser dividido na seguinte ordem de categorias: entradas, pratos principais, acompanhamentos, sobremesas e bebidas. Cada uma delas com alternativas diversas.

Um restaurante de comida oriental é diferente, visto que não há uma divisão clássica entre prato principal (com guarnição e proteína) e as demais comidas — sendo, o primeiro, o foco da refeição.

**Utilizando a gastronomia japonesa como referência, é possível ter a seguinte ordem de categorias: entradas, pratos frios (como sushis e sashimis), pratos quentes (como shimeji e tempurá), pokes, bowls, opções para rodízio e bebidas.**

Quando o local não trabalha com essas refeições, apenas café da manhã e lanches, o cardápio pode ser mais flexível. Tanto é que as divisões de categorias nele se baseiam nas características, na produção ou no sabor da comida, não na ordem que ela é servida à mesa.



## Faça conexões harmoniosas entre as categorias

Além de definir as categorias de produtos, é importante que você leve em conta a harmonização entre elas. Isso influencia diretamente na qualidade das refeições, nas orientações que os atendentes e garçons podem passar aos fregueses e, é claro, **na experiência do cliente ao frequentar o espaço.**

Trabalhe com a equipe de gastronomia do local para alinhar as bebidas que combinam com os pratos. Além disso, identifique quais entradas combinam com os pratos principais e quais desses, por sua vez, vão bem com as potenciais sobremesas.

Isso vai ajudar a deixar o seu cardápio mais versátil, com múltiplas possibilidades de combinações e de alterações — o que é ótimo para aqueles clientes mais exigentes, ou os que apreciam experimentar novas alternativas a cada visita ao estabelecimento.



## Escolha o formato do cardápio

Outra questão importante a ser pensada é o formato do cardápio. Muitos estabelecimentos, por exemplo, seguem com o modelo tradicional, ou seja, o impresso em PVC ou papel (reciclado ou comum) — podendo, estes últimos, serem plastificados ou revestidos por capa protetora.

Eles têm, ao favor deles, a praticidade e a facilidade do acesso do cliente às informações sobre os comensais e bebidas do local. Em contrapartida, são materiais que se desgastam com o tempo e demandam reposições frequentes, especialmente se o local altera ou retira determinados pratos, muda a identidade visual da marca ou mesmo repagina a decoração do espaço — ou seja, é algo que trará despesas recorrentes.

O **modelo virtual** ganhou força nos últimos tempos, especialmente na pandemia de Covid-19, por dispensar o compartilhamento de um mesmo menu por várias pessoas — o que, conseqüentemente, reduz a exposição a possíveis vírus e outros micro-organismos.

**Cada cliente pode conferir o cardápio a partir do próprio celular, basta posicionar a câmera em frente a um QR Code sinalizado nas mesas ou em outro canto do ambiente. Com isso, os clientes são direcionados a uma página que apresenta todos os pratos e as bebidas.**

Esse modelo também é interessante por reduzir custos com impressão de cardápios e por estar alinhado com uma **proposta mais sustentável e ecologicamente correta**, que muitos serviços têm adotado na atualidade. Devido à necessidade de um aparelho para acessar o menu virtual, se torna indispensável que pelo menos uma pessoa sentada à mesa esteja com um smartphone ou tablet para poder conferi-lo.

## Monte uma ficha técnica

O menu não pode conter apenas os nomes ou as referências dos pratos. Cada uma das refeições deve trazer uma ficha técnica com os ingredientes utilizados e o modo de preparo deles. Além de explicarem do que se trata a comida A ou B, essas informações auxiliam o freguês a decidir o que pode e vai consumir.

Basta lembrar que há pessoas com intolerância alimentar, que não consomem determinados compostos (como o glúten ou a lactose), que estão em dieta restritiva ou que são vegetarianas/vegadas. A ficha técnica é essencial para que elas não tenham dúvidas ou sejam **induzidas ao erro na hora de fazer o pedido** — situações que causam mal-estar e podem gerar uma percepção negativa do seu negócio.





## Como calcular os preços?

Uma política adequada de preços é crucial para que um estabelecimento cubra as próprias despesas de operação e assegure a lucratividade — que permitirá novos investimentos no negócio e, inclusive, a expansão dele.

É importante dividir o preço final das comidas e bebidas entre essas duas esferas, estabelecendo uma margem adequada para cada uma, para não comprometer a organização financeira do seu negócio.

**Uma boa proporção para seguir é a de 70-30 a cada preço cobrado**, sendo 70% para cobrir os custos internos e os outros 30% para obter o lucro necessário. Há muitos empreendedores que ficam em dúvida sobre quais são esses gastos que devem entrar na balança. Vamos apresentá-los para você nos próximos tópicos.

## Despesas com compra e estoque de suprimentos

Aqui estão os custos de contrato com fornecedores para a **aquisição de insumos, além da criação e reposição de estoque** — para que não haja ingredientes em falta ou em excesso — e o **controle de qualidade dele** — essencial para evitar desperdícios e contaminações.

## Despesas com a manutenção do local

As despesas com manutenção, por sua vez, envolvem as **contas de água, luz, internet, vigilância e limpeza**. Esses são pontos que interferem não só no serviço do local, mas no acesso e na permanência dos clientes no ambiente.

Nesse segmento, também entra o custo de **manutenção do maquinário da cozinha industrial**. Do contrário, você fica suscetível a ter que repor desde utensílios até equipamentos completos (como fogões, chapas, conservadores, câmaras frias etc.).



## Despesas com a mão de obra empregada

A terceira faixa de despesas envolve a mão de obra empregada, pois não se pode considerar apenas o **time da cozinha** na conta final. Há, também, os **repcionistas, os garçons, os seguranças, os bartenders, os gestores etc.**

Se o preço final não cobre o custo mensal para manter sua equipe inteira de colaboradores, você fica no vermelho, com capital de giro comprometido, e pode acabar tendo problemas trabalhistas por falta de pagamento e de oferta de benefícios legais.



# Como diagramar o cardápio?

Batido o martelo sobre as comidas e bebidas que vão estar no menu, assim como os respectivos preços que elas terão, é hora de pensar na diagramação do cardápio.

A estética desse material e a disposição de informações são pontos muito importantes, pois impactam na legibilidade do cardápio, podendo tanto facilitar quanto complicar a **usabilidade do menu**. Veja o que fazer para acertar!

## Trabalhe com elementos da identidade visual do negócio

O menu do estabelecimento, assim como qualquer outro material de divulgação dele, deve seguir a identidade visual estabelecida para o negócio. Isso é essencial para criar e manter uma unidade estética, que **ajuda o marketing a promover e a popularizar a marca** entre o público-alvo.

É importante que a equipe responsável pelo desenvolvimento do cardápio utilize não apenas o logo, mas também as cores, as fontes, os vetores e os demais elementos padronizados na identidade visual.



## Atente-se ao espaço para texto e elementos visuais

Um cardápio — seja ele físico, seja ele virtual — não pode ser algo muito extenso. Tenha em mente que uma quantidade grande de páginas torna cansativa e maçante a leitura do material — ainda mais quando ele é acessado por um smartphone.

É interessante que a diagramação do menu trabalhe bem a otimização do espaço disponível em cada página. Algumas sugestões que auxiliam nesse objetivo são:

- reduzir o excesso de elementos visuais (mantendo-os apenas para destacar ofertas);
- inserir colunas mistas de categorias de produtos;
- utilizar fonte reduzida e sem efeito “bold” (negrito) no texto da ficha técnica dos pratos e bebidas.

## Utilize imagens reais dos pratos

Muitos cardápios trazem fotos como forma de ilustrar o material, deixá-lo esteticamente mais chamativo e apresentar elementos visuais que estimulem o apetite dos clientes. Se você tem interesse em fazer o mesmo, sem problemas, mas atenção: não use banco de imagens ou fotos de terceiros.

O ideal é que sua equipe de marketing produza os pratos que são carro-chefe do negócio e tire fotos deles. Assim, **o consumidor terá um registro real do que o local serve** e como o prato ou a bebida chega à mesa.







## Conclusão

Saber como montar um cardápio de alimentos e bebidas não é uma tarefa complicada. O segredo está em se aprofundar no que esse tipo de material pede e conhecer os principais aspectos dele — isto é, o planejamento de informações sobre as comidas e as bebidas, o layout que o menu deve ter e o correto cálculo dos pratos.

A partir disso, você consegue definir um cardápio que ajuda a reforçar o seu posicionamento de mercado e a fortalecer a relação com o consumidor — que, cada vez mais, busca por custo-benefício e ações que privilegiem a experiência de compra dele.



O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada desenvolvida com o intuito de auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios. Temos unidades em todo o território nacional e ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos negócios, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.