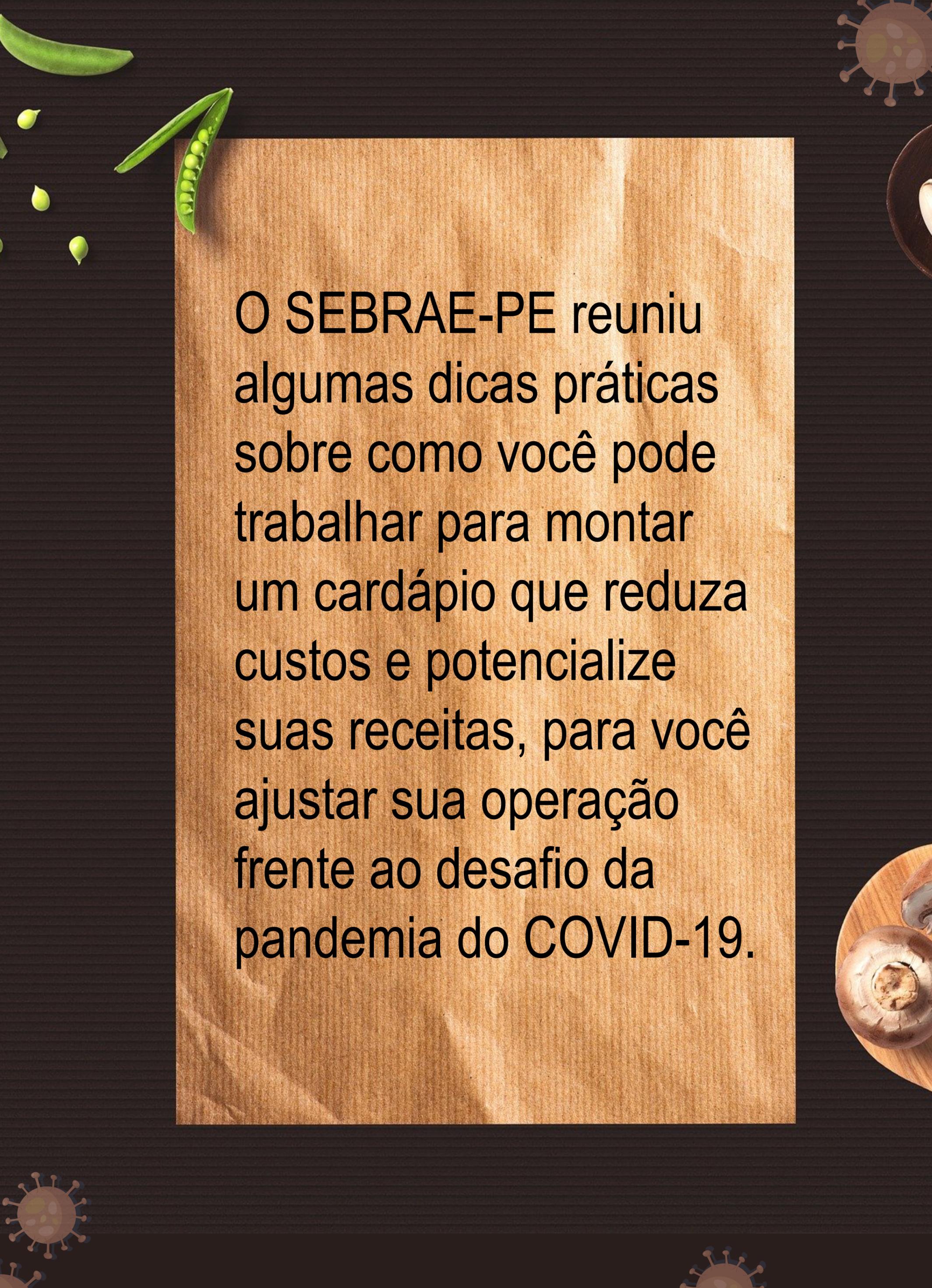
The background is a dark grey surface with several light brown virus-like icons scattered across it. In the top left, there is a small wooden bowl containing three garlic cloves. In the top right, a wooden spoon holds several sliced mushrooms. In the bottom left, there is a green pea pod and several loose peas. In the bottom right, a wooden spoon holds sliced cucumbers. A large, light brown paper bag is positioned in the center, serving as a backdrop for the text.

DICAS PARA MONTAR UM CARDÁPIO EM TEMPOS DE COVID-19



O SEBRAE-PE reuniu algumas dicas práticas sobre como você pode trabalhar para montar um cardápio que reduza custos e potencialize suas receitas, para você ajustar sua operação frente ao desafio da pandemia do COVID-19.

MINIMIZANDO OS CUSTOS COM SEU CARDÁPIO



Se seu estabelecimento já possui um cardápio montado e que está sendo remodelado para o delivery, é importante observar quais são os pratos mais vendidos. Esses devem permanecer no menu! Porém é importante também incluir os pratos mais rentáveis, ou seja, aqueles que deixam maior lucro e dar destaque a estes, podendo até utilizá-los como pratos de desconto e produtos de destaque para atrair a fatia da clientela mais preocupada com preço.



Os pratos que são os "carros-chef" do estabelecimento às vezes possuem um custo muito elevado de produção. Neste caso, é importante conversar com seu chef de cozinha sobre como usar produtos substitutos mais baratos sem afetar a percepção de qualidade do cliente. É possível fazer isso adotando algumas medidas como mudar as proporções entre a proteína e os acompanhamentos (sem assustar a clientela), bem como pensar em que técnicas podem ser utilizadas para economizar na produção, como por exemplo: gratinados, uso de molhos e refogados, recheio de massas, etc...



É importante lembrar que algumas matérias-primas estão com escassez de disponibilidade, devido a sua sazonalidade ou porque os fornecedores estão com dificuldades de operacionalização e de entrega. Portanto você deve verificar quais as dificuldades de logística para estruturar o seu estoque, e ter cuidado com prazos de validade curtos e com produtos que possuem custo de estoque e de perdas elevados. Todos os hortifrutis, por exemplo, possuem um calendário de comercialização que está relacionado a natureza de suas safras. Em determinadas épocas alguns insumos encontram-se em escassez apresentando pouco sabor e preços elevados. Consultar no site da Ceasa-PE o calendário de comercialização.



As compras sempre devem ser planejadas, realizando cotação dos valores dos insumos necessários, pesquisando e cadastrando fornecedores. Estes levantamentos garantem estoque e preços diferenciados. É bom tentar formar um certo capital de giro para fazer compras maiores, planejadas para não haver perda de insumos ao mesmo tempo buscando gerar menos idas e vindas aos atacadistas e melhor barganha de preços. Parte dos fornecedores realizam entrega, e é importante avaliar os custos desta opção.



OUTRAS DICAS PARA MONTAR UM CARDÁPIO



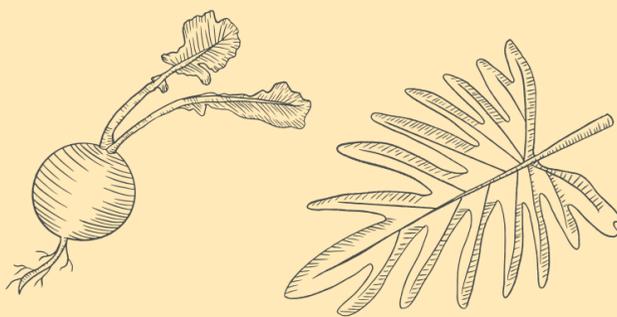
É bom ter um bom mix de produtos, buscando estimular o consumo. Ou seja, diversificar é interessante, porém é fundamental organizar as informações para ajudar o cliente na escolha. É comum que os cardápios sejam divididos em categorias comuns: entradas, pratos principais, sobremesas, carnes, aves, pescados, frutos do mar, vegetarianos, saladas, etc. Seu estabelecimento pode pensar em outros formatos de categorias, usando a criatividade. Avalie se o formato adotado apresenta facilidade e atratividade para o cliente durante seu pedido. Para o delivery, uma boa categorização impacta diretamente a experiência do usuário e é um fator decisório na hora do pedido.



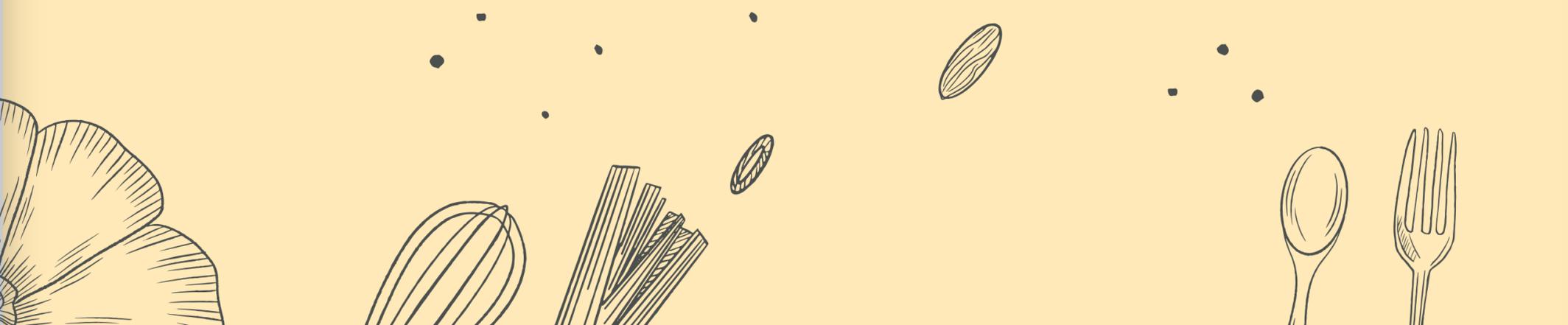
Ao montar um cardápio, é importante realizar pesquisas de mercado com clientes e com concorrentes para analisar o que já é comercializado, quais os "carros-chef" e as oportunidades de melhoria. Cada empreendimento tem seu modelo de negócio, e é importante um alinhamento das decisões com o produto e serviço ofertado, e do público focal e da área que a empresa abrange.



Analisar as tendências de mercado é fundamental, pois o leque é enorme... Vemos diversas opções: alimentação saudável, comida vegetariana e vegana, empreendimentos que focam em experiências gastronômicas, alimentação étnica (regional, sushi, italiana, etc...), produtos personalizados, multiserviço, comidas rápidas e práticas (delivery e e-commerce), produtos artesanais e gourmetizados, ou ênfase no custo-benefício, entre outras propostas. Diante de tantas tendências, é bom saber em qual chão está pisando – e verificar se sua comunicação está alinhada com seu posicionamento de mercado.



Se ainda sobram dúvidas, é possível montar um cardápio específico para testes, fazendo um mix entre estilos de preparações. É possível garantir preparações Tradicionais da culinária pretendida, mais Sofisticadas para atender um público mais seletivo e Inovadoras para chamar atenção do público que gosta de experimentar novidades. Encontramos muitos estabelecimentos testando preparações alimentícias através do estudo de vendas com algumas estratégias como as opções de "Prato do Dia" ou "Sugestão do Chef".





Como nem tudo se pode transportar ou ser empratado, então é importante conversar com a equipe de produção e testar quais são as preparações que cabem no delivery, analisando a embalagem, sem perder a qualidade. Cuidado extra com a segurança alimentar, pois a sua oferta precisa chegar de forma impecável no destino final.

*Danilo Lopez, analista do Sebrae/PE



 81 991946690

 Central de Relacionamento
0800 570 0800

    /sebraepe

Baixe o nosso aplicativo.

