

MENÚS Y CARTA

1

MENÚS INFANTILES

Los niños son tan importantes como los adultos en cualquier negocio de comida. Brindar un menú hecho a la medida del público infantil constituye un valor agregado que los más grandes sabrán apreciar.

Los establecimientos que no ofrecen esta alternativa ponen a las personas mayores frente a una disyuntiva: ordenar un plato para compartirlo con los niños o escoger un plato del menú de adultos; el cual, seguramente, se desperdiciará y por el que habrá que pagar el precio establecido en la carta, sin derecho a un descuento.

Los restaurantes de comida rápida ya han adoptado esta modalidad, debido al alto porcentaje de niños que visitan sus instalaciones diariamente. Es tal su liderazgo en el tema, que muchos cuentan con un menú infantil tan bien pensado, que contempla aspectos como el empaque, el peso por porción y hasta el obsequio que se encuentra en el interior de la caja.



En cambio, para los padres resulta muy satisfactorio tener a su alcance un menú de estas características, no solo porque sus hijos quedarán bien alimentados, sino porque podrán ahorrarse un dinero a la hora de pagar, gracias a que este tipo de preparaciones ya tiene una tarifa fijada, acorde al tamaño de la porción y los ingredientes utilizados para su elaboración.

Sin perder su estilo y sin necesidad de alterar su estructura y funcionamiento, los restaurantes de mayor categoría también pueden ofrecer un menú de este tipo. Basta con elaborar un listado de opciones, basado en los mismos ingredientes que acostumbran a manejar para las demás preparaciones.

Pero, el principio que deben seguir en cualquiera de las dos situaciones es apoyarlo en una dieta balanceada y sana, que les aporte el contenido vitamínico y calórico que necesitan.

...



2

PORCIONES ALTERNATIVAS

El tamaño de las porciones que se sirven en los restaurantes es otro de los asuntos que merece sumo cuidado en el momento de planificar el menú, pues el exceso de comida puede llevar al desperdicio de materia prima, subida de los costos de materia prima, y por otro lado, su escasez puede causarle un disgusto al consumidor que se puede sentir engañado o robado.



Lo más aconsejable es determinar las cantidades por pesos – en el caso de las carnes y los pescados – y establecer cantidades moderadas, según el criterio y las políticas de costo del establecimiento.

Lo cierto es que el personal del restaurante debe ser flexible ante posibles cambios solicitados por el cliente, en particular, aquellos de primera clase y que manejan precios elevados. Hay que ser conscientes de que no todas las personas gozan del mismo apetito; además, no hay que olvidar que los niños comen en menores cantidades.

Aunque los chefs y cocineros son muy celosos con el procedimiento de las recetas, es vital que estén en disposición de arreglar las preparaciones al gusto del usuario, sin necesidad de faltar a su profesionalismo. Esto quiere decir, que si alguien prefiere reemplazar una harina por una ración de verduras calientes, o desea solo media punta de anca, el establecimiento debe estar en capacidad de brindarle esta opción, a un precio diferente.

MENU



LA CARTA



La carta es un vendedor silencioso. Su función principal es promover las ventas por medio de una apariencia llamativa y una óptima composición del menú. No hay que olvidar que el arte de exhibir los alimentos y las bebidas de forma atrayente es pieza primordial cuando de motivar la compra se trata. Por esta razón, es preciso tomarse un tiempo para planear, diseñar y presentar la carta.

DISEÑO

Del diseño impreso de la carta depende que el cliente se lleve una buena imagen del establecimiento, debido a que este deja al descubierto su identidad. Las siguientes recomendaciones le serán de gran ayuda a la hora de causar un impacto favorable.

- El diseño debe ser innovador, creativo pero sobrio y elegante. Esto varía de acuerdo con el sitio que se va a promocionar. Lo importante, en cualquier caso, es impresionar a los visitantes.
- Los colores y el tipo de letra que se elijan deben facilitar la lectura y localización de los platos.
- El diseño debe combinar con la decoración del comedor, con el menaje y hasta con el uniforme del personal, de tal manera que la carta no irrumpa agresivamente en la atmosfera. Un diseño inadecuado puede deteriorar la imagen de los productos y del restaurante frente a los comensales.
- Los platos que se ofrecen deben estar clasificados y en el orden gastronómico correcto, de acuerdo al "Menú clásico Francés".
- La carta debe estar diseñada para atraer la atención hacia aquellos productos que se quieran promocionar, con el fin de darles una mayor rotación o aumentar los ingresos.
- De tenerla, conviene que se destaque la especialidad del establecimiento.
- Favorece el consumo diseñar una carta especial para postres y una para niños.
- La carta debe contener una sección de recomendaciones, en la que se incluyen los platos de temporada, los que recomienda el chef, los que generan más utilidades, los que cuentan con un alto nivel de existencias, los de mayor demanda etc.
- El uso de convenciones visibles en alguna parte del menú sirve para especificar el origen de las preparaciones – en caso de ser extranjeras – el grado de picante en la comida, los acompañamientos para los platos fuertes y cualquier otra observación adicional que el cliente deba saber.

4

PRESENTACIÓN



En lo que se relaciona con la presentación de la carta, una vez más se cumple el refrán de que "TODO ENTRA POR LOS OJOS". El cliente debe sentirse a gusto al entrar en contacto con ésta, ya que es el primer paso hacia el éxito.

Además del diseño, influyen en la reacción del consumidor su ubicación (a la entrada del comedor o del establecimiento), la forma en que le es entregada (en la mano y por el mesero) y el hecho de que luzca impecable (libre de grasa, mugre, manchas o enmendaduras). Hay que ser muy cuidadosos, pues una presentación brusca e improvisada puede restarle mérito a su contenido.

En Colombia, existe una ley que obliga a los establecimientos del sector a situar la carta en un lugar visible. Muchos han optado por ubicarla en la parte exterior del local, una práctica muy utilizada en otros países del mundo.



5

EL ASPECTO LEGAL



El artículo 18 del decreto 3466 de 1982, de la Superintendencia de Industria y Comercio, manifiesta acerca del sistema de lista.





■ ■ ■ **que el precio de venta al público de cada uno de los productos que se expendan en los establecimientos para el consumo de comidas y/o bebidas debe ser informado mediante el sistema de lista, fijada en un lugar suficientemente visible para los consumidores.**

Adicionalmente, pueden ser utilizadas cartas en las que igualmente deberá indicarse el precio de cada uno de los productos que se expendan, el cual debe siempre coincidir con el fijado en la respectiva lista.

Este mecanismo contribuye a darle al público un abrebocas sobre la identidad del negocio, la oferta de productos que brinda y el rango de precios que maneja.

Es importante mencionar que en la lista de precios o en la carta se debe especificar claramente al comensal, si los precios incluyen o no el IVA, para no generar confusiones o publicidad engañosa entre los comensales.

Esto, en lo que refiere a su forma. Sin embargo, el contenido también juega un papel definitivo en este proceso de persuasión. Existen ciertas pautas que hay que respetar y que le suman credibilidad frente al cliente.

Acerca de los sistemas de indicación de publicación de precios, el artículo 18 del decreto 3466 de 1982, de la superintendencia de Industria y comercio, dispone:

■ ■ ■ **que en cualquier sistema de información sobre precios dirigida a los consumidores, se deberá indicar el precio total del producto, el cual incluirá cualquier cargo adicional o impuesto a que hubiere lugar, sin perjuicio de su discriminación en las facturas conforme a las disposiciones tributarias.**

6

LENGUAJE



Las funciones de la carta son esencialmente dos. Por un lado, informarle a los consumidores los alimentos que hay disponibles, su técnica de cocción y, por supuesto, su costo, de manera que conozcan cuidadosamente la oferta de productos.

De ahí, la importancia de que la carta esté expresada en un lenguaje sencillo, que carezca de terminología complicada. Para cumplir con este objetivo es fundamental emplear (si el perfil de los clientes los amerita) dos idiomas en la carta - el nativo del lugar donde se encuentra el establecimiento y otro idioma, preferiblemente Inglés; así, tanto empleados como clientes no tendrán ningún inconveniente en el momento de interpretarla y ésta no perderá su carácter informativo; además las personas de otra nacionalidad podrán entenderla.

De igual manera, la información que contenga debe ser clara y exacta, con el fin de no defraudar las expectativas de los comensales; esto significa que si en la carta se ofrece un lomo de 250 gramos como porción, este debe ser su peso en crudo y si se dice que su preparación es en la parrilla, así deberá ser.

Con ese mismo fin, se recomienda que los platos estén acompañados de una descripción, que especifique brevemente, de manera muy general, los ingredientes de la receta; lo que también ayudará a simplificar y agilizar la labor de los meseros.

Uno de los aspectos que merece especial atención son los precios. Éstos deben estar impresos en forma correcta y ser actualizados en cada cambio de carta. Así mismo, deben incluir el IVA, tal y como lo dispone la ley.

7

EXTENSIÓN

No hay que dejarse llevar por la idea de que mientras más extensa la carta, superior será su calidad. Todo extremo es nocivo, pues el cliente puede sentirse inseguro o insatisfecho si se topa con pocas alternativas, y confundido si estas son excesivas.

Lo ideal es encontrar un punto medio. No obstante, si se tuviese que optar por alguna de las situaciones anteriores, sería preferible elaborar una carta con menos opciones, pero de excelente calidad.

Una carta muy extensa también afecta los costos de materia prima por el volumen de inventario que se debe tener para poder cubrir todos los pedidos variados y en gran número que hacen los clientes. Claro, no hay que perder de vista que tomar esta decisión también depende del tipo de negocio, debido a que el número de platos no puede ser el mismo en un restaurante u hotel cinco estrellas, que en un hospital.

De acuerdo con este criterio, existen a nivel general cuatro tipos de carta:



Extensión recomendada de la carta según el tipo de restaurante

Tipo de establecimiento	Descripción
Carta para restaurantes especializados	Dentro de esta categoría se encuentran los establecimientos de comida rápida o exprés, cuya carta se recomienda que tenga un máximo de 15 ofertas, incluyendo postres y bebidas.
Carta para restaurantes populares	En este caso, la carta debe contener aproximadamente 20 ofertas detalladas, así: dos sopas, cinco platos fuertes, tres vegetales o ensaladas, dos harinas, tres postres y tres bebidas
Carta para restaurantes de primera categoría	Se recomienda una carta que no supere las 32 ofertas: está detallada así: cuatro entremeses, cuatro sopas, de siete a 10 platos principales, cinco vegetales o ensaladas, cinco postres y cuatro bebidas.
Carta para hoteles y clubes	Debido a que su clientela es más heterogénea y numerosa, puede llegar hasta ofrecer 75 productos, de tallados así: máximo ocho entremeses, cinco sopas, 28 platos fuertes, 15 vegetales o ensaladas, 12 postres y siete bebidas.



8

TIPOS DE CARTA

CARTA DE PROMOCIONES (HOTELES)



Esto bien puede trabajar como un club Med en el cual solamente se describe que existen buffets durante todo el día o bien noches especiales como la "Noche Peruana", "Noche italiana", etc. Pero también existen los casos en los cuales se presentan menús establecidos por día, así de esta manera el cliente sabe perfectamente que quiere comer durante su viaje y para los hoteles también les facilita la compra y administración de materia prima y de recursos humanos.

CARTA DEL DÍA O ESPECIALIDADES



La carta de especialidades es aquella en donde el Chef de cocina ha diseñado platos con materias primas que pueden ser características de la estación, materias primas con precios elevados que no se compran diariamente o bien, platos que el restaurante quiere probar su popularidad para colocarla dentro de su carta de todos los días.

Esto se puede dar, ya que algunos platos pueden tener una deficiente rotación y con esta acción se pueden cambiar de una forma más segura. Esta carta va normalmente puesta de tal manera dentro de la carta del restaurante, que puede cambiarse inclusive diariamente, como un anexo, como una hoja desmontable.

CARTA DE RESTAURANTE



La carta de restaurante es aquella que se utiliza todos los días. Allí están impresos de forma limpia y ordenada todos los platillos que vamos a ofrecer y cada uno con precio individual.

Una carta de estación se diseña específicamente cuando el restaurante y el Chef quieren utilizar materias primas que existen en una época específica del año; por lo tanto, el precio de estos suele (pero no es indispensable) ser más barato, el sabor es mucho mejor, debido a que los productos empleados están en su mejor momento de producción, y tal vez hay más abundancia.



CARTA DE ESTACIÓN

Una carta de estación se diseña específicamente cuando el restaurante y el Chef quieren utilizar materias primas que existen en una época específica del año; por lo tanto, el precio de estos suele (pero no es indispensable) ser más barato, el sabor es mucho mejor, debido a que los productos empleados están en su mejor momento de producción, y tal vez hay más abundancia.

Es muy rentable trabajar con este tipo de carta, pues se aprovecha el bajo costo de los insumos y su excelente sabor.



CARTA DE POSTRES, CAFÉS Y DIGESTIVOS

Esta carta es muy recomendable para cualquier tipo de restaurante, ya que es una fuerte herramienta de venta. Es normal que al terminar una buena comida la clientela sienta una cierta satisfacción en su estómago; por lo tanto, si ofrecemos un postre de forma verbal, tal vez no exista interés hacia este tiempo del menú. Pero al entregar una buena carta, bien diseñada, existe mayor posibilidad que logremos la venta de estos junto con algún café o digestivo.

Es posible apoyar esta carta con un gueridón de postres (mesa de camarero), en donde el cliente tiene contacto visual; si este es el caso se debe cuidar mucho la presentación e higiene.

CARTA DE BANQUETES



La carta de banquetes la utilizan los restaurantes o las casas de banquetes para ofrecer los platillos que pueden preparar dependiendo del tipo de evento que se contrate ya que puede ser desde desayunos, primeras comuniones, hasta elegantes cenas en bodas. En otros términos también se le conoce como Kit de Banquetes en donde además de colocar los platillos que podemos servir se agregan servicios como el de flores, música, fotos, video, mantelería, etc.

CARTA DE VINOS Y BEBIDAS



La detallada elaboración de una carta de vinos y bebidas para muchos restaurantes es de gran utilidad, sobre todo si la cava que manejan es muy extensa y necesitan dar una rotación continua a sus botellas; de igual forma, esta debe ser atractiva para el cliente y en el caso de vinos esta debe contenerla información de estos, cualquier indicación para el cliente es muy importante para su selección de vinos a los cuales podemos ayudar con los conocimientos de un Sommelier.



OTROS RECURSOS

Eva Ballarin.



Página propiedad de una diseñadora experta en creación de cartas para restaurantes.