



contenido

GUÍA PARA CREAR LA CARTA DE BEBIDAS IDEAL PARA TU NEGOCIO

3

introducción

- ✗ CARTA DE BEBIDAS COMO UN ELEMENTO DE MARKETING
- ✗ CARTA DE BEBIDAS COMO UNA HERRAMIENTA DE GESTIÓN

6

estructura y elementos clave

- ✗ PRODUCTOS QUE DEBES INCLUIR EN TU CARTA
- ✗ TENDENCIAS DE CONSUMO
- ✗ CARTA DE BEBIDAS A TU MEDIDA
- ✗ ESTRUCTURA
- ✗ DIGITALIZACIÓN

11

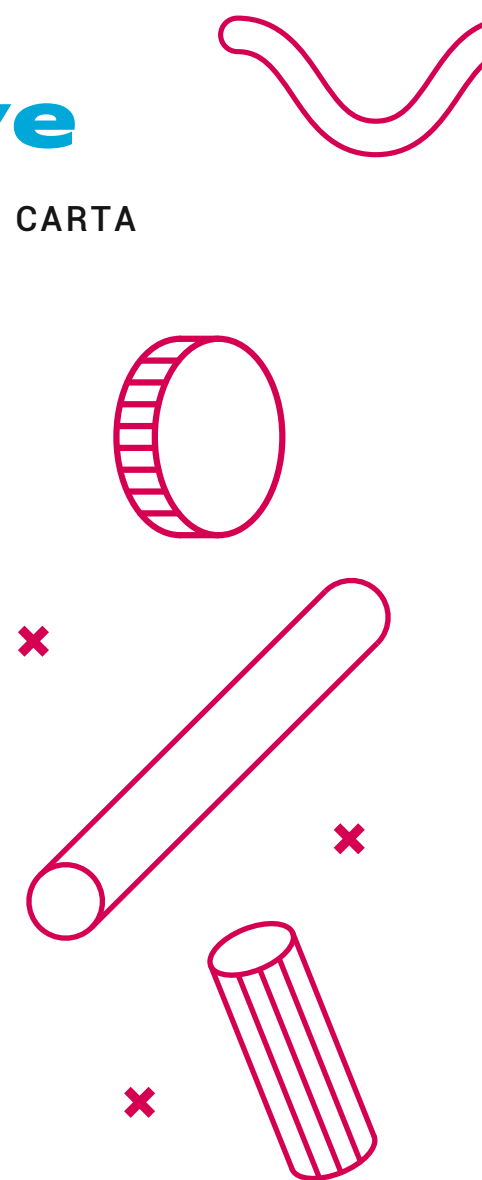
diseño

- ✗ NOMBRES Y DESCRIPCIONES
- ✗ FOTOGRAFÍAS Y TIPOGRAFÍAS
- ✗ PRECIOS EN TU CARTA

14

rentabilidad

- ✗ SOUBAR, INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD
- ✗ PROVEEDORES



Una carta de bebidas es un elemento clave en un restaurante,

pero en algunos casos vemos un error común y es pensar que no es tan importante como la carta de platos y por eso no se la valora de la misma forma ni se piensa en su creación y diseño en el mismo modo.

Seguramente se divaga en el ideal social de que las bebidas **son simplemente el acompañante de una comida**, es por esto que se debe comenzar a desmitificar ese concepto y entregarle a las bebidas la importancia que verdaderamente les corresponde.



Realmente, si lo pensamos desde la experiencia que vive cada uno de los comensales de un restaurante, **entenderemos que la elección de la bebida no se trata solo de un elemento secundario, incluso podemos ver que muchas veces toda la experiencia inicia desde la carta de bebidas.**

Una carta de bebidas bien construida le permite al comensal realizar un recorrido anticipando los sabores, las sensaciones y hasta mejorar su estado de ánimo mientras busca su plato ideal para el momento.

Para diseñar una carta de bebidas podemos pensar que lo principal es centrarnos en la selección de productos **pero no, esta solo es una parte, el enfoque ideal es hacerlo desde dos puntos de vista:**

1. LA CARTA DE BEBIDAS COMO UN ELEMENTO DE MARKETING.

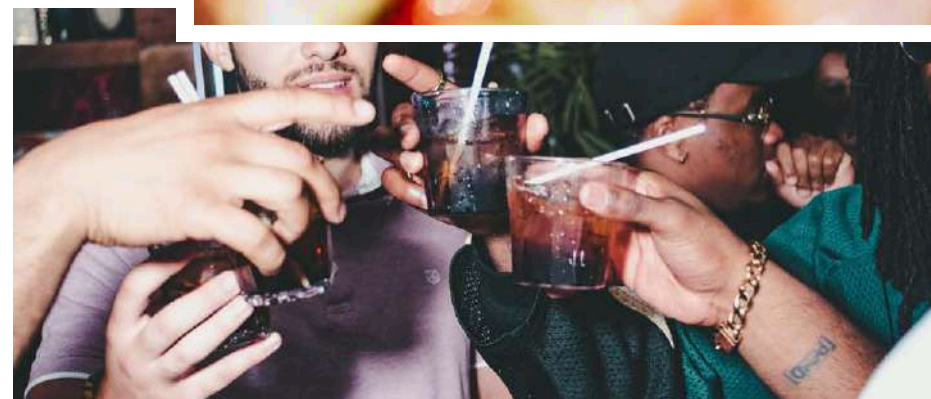
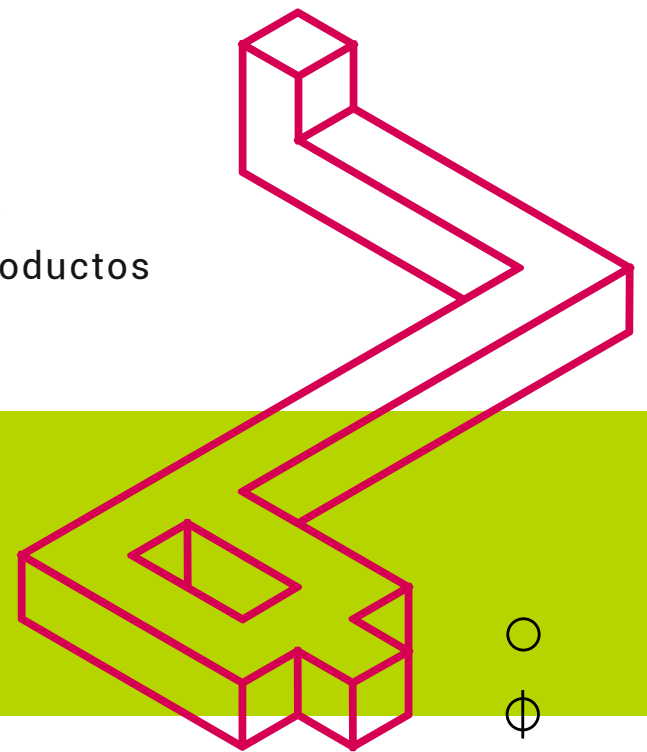
2. LA CARTA DE BEBIDAS COMO UNA HERRAMIENTA DE GESTIÓN.

La carta de bebidas como un elemento de marketing.

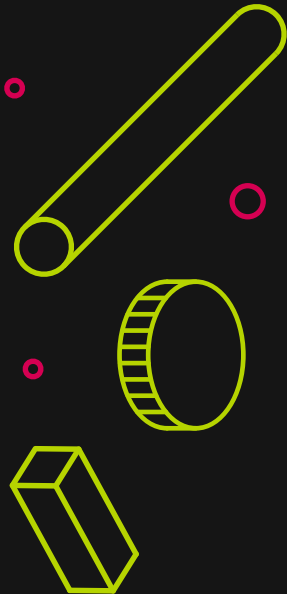
Tu carta de bebidas es más que un listado de productos, es una de tus más importantes piezas publicitarias. Como ocurre con la publicidad más efectiva, cuando una carta da en el clavo, tenerla delante es tener ante nuestros ojos una irresistible tentación.

Por eso su creación y diseño debe seguir algunas estrategias de marketing y comunicación que busque persuadir y fidelizar al cliente.

Además debemos tener en cuenta que **los elementos de diseño son una poderosa herramienta** para incitar al cliente a elegir los platos más rentables o, por ejemplo, facilitar la labor del personal que atiende las mesas mediante las sugerencias que puede darles.



La carta de bebidas como una herramienta de gestión.

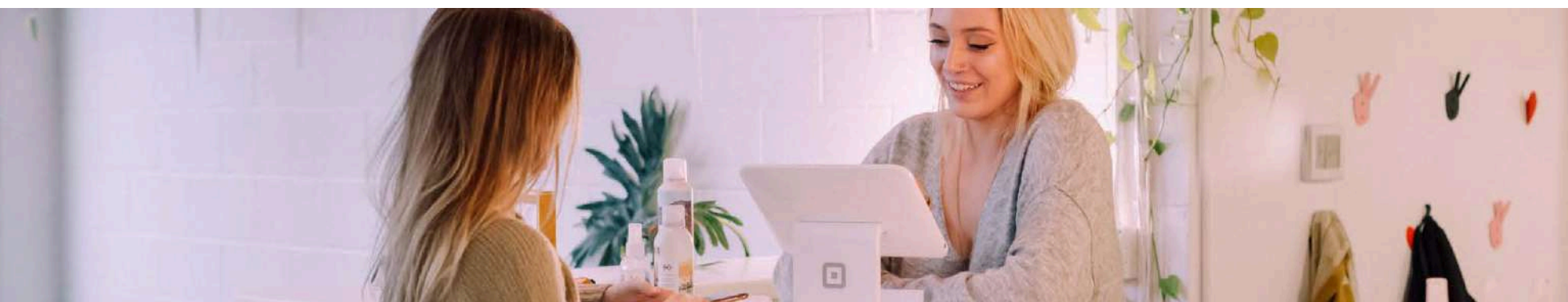


Para la creación de la carta de bebidas de tu restaurante es indispensable tener en cuenta la selección de los productos, la presentación y el precio, todo esto de acuerdo a la ingeniería de menús pues conforme a este marketing dirigido a los restaurantes que **se presta para analizar correctamente la popularidad y rentabilidad de cada ítem de la carta**, es decir, para platos y bebidas; de este modo garantizar la rentabilidad general en tu restaurante.

El hecho de diseñar la carta de bebidas

PODRÁ BENEFICIAR A TU RESTAURANTE DE MÚLTIPLES MANERAS COMO:

1. TENER DOMINIO DE LOS COSTOS.
2. OBSERVAR EL COMPORTAMIENTO DE LA RENTABILIDAD.
3. IMPULSAR LOS PLATOS MENOS RENTABLES.
4. OPTIMIZAR LA DEMANDA.



estructura

Y ELEMENTOS CLAVE

Productos que debes incluir.

Para seleccionar los productos o bebidas a incluir debes partir por el concepto o estilo de restaurante y las tendencias de consumo que se pueden aplicar al mismo.

El concepto o estilo del restaurante nos marcará cuales son algunos de los productos infaltables en la carta de bebidas, preguntas como ¿Qué tipo de gastronomía ofreces? ¿Cuál es el tipo o segmento de clientes del negocio? ¿Es un espacio formal o informal?

Todo esto ayudará a seleccionar las bebidas indicadas.

Tendencias de consumo:

TENDENCIA

/bajas calorías/

Son las bebidas más elegidas por sus **bajos niveles de calorías**, en línea con la creciente ola de personas que buscan en los productos que consumen día a día opciones más saludables.

PRODUCTOS DESTACADOS

Manzana Zero, Pepsi Light, Colombiana Zero.

Estos productos fueron creados para satisfacer las necesidades de las personas que cuidan el consumo de las calorías.

MANZANA
POSTOBON

Colombiana
In nuestra

pepsi.

/para compartir/

Entre estas se puede encontrar las **tradicionales jarras de coctelería**, preparadas con el fin de ser puestas en disposición de un grupo de personas reunidos en la mesa, esta opción va ligada a la ocasión y motivo del encuentro, sin embargo, una opción ideal y tradicional para ofrecer en tu carta son los refajos.

/funcionales/

Recientemente se arrojó una nueva tendencia en cuanto a los alimentos que se deberían tener en cuenta para la alimentación sana, sobretodo por la situación sanitaria que se vive es necesario tener presentes **los alimentos ricos en beneficios inmunológicos** que incrementen las defensas de los consumidores.

/cero alcohol/

Este tipo de bebidas han sido tendencia por la agrupación de sabores exquisitos y a su vez por su magnífica presentación, es una manera de demostrarle a los consumidores de tu establecimiento que **las bebidas sin alcohol también pueden aportar estatus, sabor y diversión** a sus comidas o planes.

/impacto ambiental/

Los envases retornables siguen siendo protagonistas en las tendencias de consumo, donde **el vidrio tiene el lugar estelar**, siendo un material casi 100 % reutilizable.



Refajos

Refajos.

Los refajos son una mezcla tradicional que permanece en vigencia a través de los años.

HATSU

Bebidas Vegetales.

La leche de almendras tiene múltiples beneficios en el organismo, reduciendo las probabilidades de enfermedades cardíacas, entre otros.



SouBar

SouBar.

Sus recetas y mezclas increíbles aportan rentabilidad a tu restaurante además de sabores refrescantes.

Manzana Zero, Pepsi Light, Colombiana Zero.

El uso de envases retornables convierten a estas bebidas en íconos de responsabilidad ambiental.



MANZANA
POSTOBON



Colombiana
In nuestra



pepsi

/ingredientes naturales/

Ciertos productos han asumido la bandera para crear conciencia acerca de **la responsabilidad social y ambiental**, además de incentivar a los consumidores a evitar los productos ultraprocesados.

HATSU

Té y Sodas Hatsu.

Son bajos en calorías, además utilizan ingredientes naturales en sus preparaciones.

Carta de bebidas a tu medida.

Viéndolo desde cualquier perspectiva, las cartas de bebidas deben ser ricas en diversidad, así cada comensal tendrá la oportunidad de encontrar una bebida que **satisfaga sus gustos y de paso también sus necesidades**, es indispensable que tu carta incluya bebidas refrescantes y también una oferta de bebidas sin alcohol, teniendo en cuenta que si tu restaurante o establecimiento cuenta con espacios propiciados para menores de edad o ambientes familiares, es necesario también mantenerlos a gusto con las opciones dirigidas y formuladas para dicho público, además **las bebidas y cócteles sin alcohol toman cada vez más fuerza en los públicos adultos**.

Sin embargo, especialistas han estudiado el efecto que tienen sobre los comensales un menú o carta que se encuentra sobrecargada de información y la dificultad que esto puede presentar en el momento de la elección, a continuación te presentamos algunas **formas de manejar las cartas de bebidas correctamente** y de esta manera no caer en los errores comunes al ejecutarla.

En los establecimientos creados para un público más casual e informal se sugiere tener en un primer plano cócteles con y sin alcohol, incluyendo algunos de los clásicos como los Mojitos, Margaritas, Gin tonic, entre otros que harán tu carta mucho más llamativa.



Los mocktails, como ya se había mencionado, **están en furor debido a su atractivo en sabores y presentaciones**, estos pueden denotar una gran diferencia en la carta; a su vez las sodas saborizadas han ganado alto reconocimiento en el público de todas las edades, por sus múltiples combinaciones, facilidad y rapidez en cuanto a preparaciones, además la rentabilidad de los mocktails son en su mayoría por encima del 70 % asegurando un excelente porcentaje de la venta.



Tips a tener en cuenta para nombrar

Y DESCRIBIR LAS BEBIDAS EN TU CARTA.

1. CHAMPION ONE COCKTAIL

Se trata de generar un foco de atención en una bebida específica y de esta manera reducir la cantidad de información que el cliente está absorbiendo y ese evitar que a su vez se generen indecisiones.

2. EFECTO LLAMADA

Incluye las opiniones de tus colaboradores en la carta, es decir, que le puedes dar relevancia a algunas de tus opciones basándote en las experiencias de tus bartenders y meseros, esto equivaldrá a recomendaciones escuchadas.

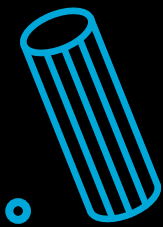
3. HITO SOCIAL

Crea un voz a voz sobre una bebida especial, que sea reconocida por su nombre y su sabor para que una vez sea mencionada cree expectativa y recordación, llevando consigo nuevos clientes a tu negocio.



Estructura.

Es fundamental tener en cuenta la organización de los productos en el menú, este orden debe ser estratégico debido a que **la atención del comensal casi en un 70 % está dirigida a la parte superior izquierda**, desde ese punto comenzará un paneo rápido sin detenerse en la parte inferior derecha, sin embargo, es recomendable poner tus productos intercalando los precios.



Puedes considerar también resaltar los productos que son mejor recibidos por tus comensales, aquellos que más se venden en tu establecimiento. A su vez es bueno que tu carta tenga colores llamativos e íconos diferenciadores para generar curiosidad en los consumidores y de esta manera generar una oportunidad de compra.

Digitalización.*

En la creación del menú tienes el poder de potencializar las bebidas que sean más rentables o darle visibilidad a aquellas que no tienen la suficiente popularidad entre las opciones brindadas a los consumidores.

Para nadie es un secreto que estamos en la época con mayor índice de utilización de artefactos tecnológicos, es por esto que tu carta de bebidas también debe estar a la vanguardia presentando la opción digital que pueda ser vista incluso antes de llegar a tu restaurante, esto propiciará mucha más rapidez para tus visitantes.

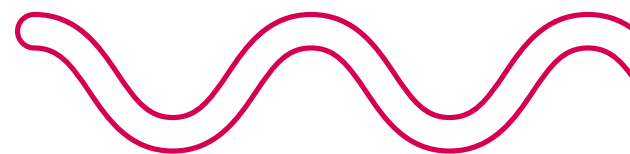
Es esencial tener en cuenta que la separación de las cartas puede ser una idea muy útil ya que **se le entrega suficiente protagonismo a las bebidas** quitándole la idea a los clientes de que la bebida es simplemente un complemento.

También es recomendable que la carta de bebidas pueda permanecer en la mesa y que sea siempre identificable, aquí también se le da relevancia a la carta digitalizada debido a la facilidad de tener la carta siempre a la mano del comensal, esto ayudará a generar una experiencia ideal para ellos pues podrán consultarla en cualquier momento de su estadía en el local.

La carta debe ser clara, concisa y fácil de leer y de entender, en cualquiera de las presentaciones que utilices, por ello también debes contar con una amplia oferta de bebidas y tratar de hacerla lo más interesante posible para tus comensales.

* nombres y descripciones de las bebidas:

A veces los nombres de las bebidas no son suficientes para atraer e interesar a los comensales, sin embargo **las descripciones suelen entregarle a los clientes alternativas diferentes dirigidas a su elección**, generalmente mostrarle a los clientes con claridad los ingredientes con los que cuenta una mezcla es aportar también transparencia para que consuman con total conocimiento sus nuevas preparaciones favoritas, **¡las de tu negocio!**





Una buena descripción mejora la presentación de la bebida, mira el siguiente ejemplo:

Pink Tonic: Mezcla sin alcohol con Hatsu.



Pink Tonic:

Mezcla exquisita de Soda Hatsu Frambuesa con saborizante de Lychee, Canada Dry, Agraz, Zumo de limón, Lychees naturales y mucho hielo, generando una explosión de sabor increíble al tacto con el paladar.

Estas dos opciones son la misma bebida, sin embargo, **puede ser mucho más llamativa la opción que cuenta detalladamente cada ingrediente**, así el consumidor tendrá la oportunidad de hacer su elección conociendo cada componente y decidir si es de su agrado o no y ¿por qué no?

Añade algo de poesía para captar la atención de los comensales y hacer tu carta de bebidas más atractiva.



Jugar con los sentidos es una opción que se atreve a mantener las sensaciones al máximo, atreverse a que la imaginación del cliente se active y cree en la mente los posibles sabores que está por degustar, para ello hay **4 tipos de descripciones**:

GEOGRÁFICO

Vino de reserva
Chilena.

NOSTÁLGICO

Evoca
memorias.

SENSORIAL

Humeante,
cítrico...

RECONOCIMIENTO

Marcas con
recordación.



× Fotografías y tipografías.

Es muy importante para tu restaurante planear las cartas y su presentación, pues es el primer vistazo que da el comensal a los platos y bebidas que le ofreces, **usa fotos provocativas que activen los sentidos y brinden una experiencia visual atractiva**; pero se ha caído en un error común y es dejar a un lado la presentación de las bebidas en esa misma plataforma de marketing para restaurantes que es **una propuesta de menú integral y altamente llamativa.**

Precios en tu carta.

× El posicionamiento de los precios es de suma importancia, puedes distribuirlos aleatoriamente, poniéndolos junto al nombre o la descripción de la bebida, **siempre teniendo en cuenta un diseño llamativo para tener la oportunidad de persuadir al cliente** y permitirle que se concentre en la experiencia que está por vivir con su bebida y no es su precio.

× Llama la atención de los clientes poniendo las bebidas que **más rentabilidad le dan a tu negocio separadas en un recuadro llamativo**, con referencias que generen impacto en cuanto a las ventas.

× Según varios estudios se ha comprobado que la simplicidad en los precios puede centrar la atención en el producto y no en el precio, esto determinará que el comensal elija por gusto y no porque su costo sea mayor o menor. Es decir, **es mucho mejor que el precio sea simple e implemente la vieja ley de marketing conocida como psicología del precio**, utilizando precios redondos o por debajo de un número redondo, ejemplo: \$99.000 o \$95.000





rentabilidad

Las cartas de bebidas deben manejar una amplia delimitación, incluso puedes duplicar el costo del producto en el punto de venta. **Esto genera un gran margen de beneficios en sus costos**, además su compra puede ser por unidades y el servicio destinado a la producción suele ser efectiva y rápida.



Proveedores.

Este es un factor imprescindible y para ello es fundamental **encontrar aliados con buena reputación, que generalmente tengan un extenso conocimiento del producto**, para que pueda satisfacer las necesidades del cliente según sus requerimientos.

Adicionalmente es bueno que puedas apoyar la industria local, favoreciendo tu reconocimiento y dándole a tu establecimiento un factor diferenciador.



El servicio es un factor diferenciador, los vínculos con los proveedores y el compromiso son supremamente importantes; poder confiar siempre en tener un stock permanente y que pueda brindarte estrategias para la rotación constante de los productos son elementos decisivos para elegir aliados que le aporten a tu negocio.

BURDO



◦ PRODUCTO DEL MES ◦

VER CARTA

PROGRAM • MOST AMAZING
map.

te invitamos a co-crear la carta digital de tu establecimiento a través de nuestros códigos QR.

contacta
A LA EJECUTIVA DE TU ZONA



y creemos juntos tu carta digital.

