

COMO SERVIR BEBIDAS ALCOÓLICAS COM RESPONSABILIDADE

MANUAL DO EMPREGADO/VENDEDOR



Iniciativa das Empresas de Bebidas Espirituosas em parceria com:





PREFÁCIO

O Manual do Empregado/Vendedor* e o Manual do Formador*, que o acompanha, fornecem informações sobre competências úteis, responsabilidades sociais e legais e boas práticas, para que, tanto a área de retalho como o mercado de bens e serviços ligados ao turismo em geral sejam capazes de servir bebidas alcoólicas com responsabilidade. Com a ajuda destes manuais, os utilizadores conhecerão as leis e responsabilidades legais e promoverão simultaneamente a responsabilidade social, voltada para a comunidade em que atuam, e as melhores práticas dentro das suas profissões.

Todos os membros das equipas ligadas a setores que envolvem a comercialização de bebidas alcoólicas devem apreciar e entender as responsabilidades relativas à venda de álcool, saber de que modo o álcool afeta o organismo e estarem atentos aos benefícios e riscos associados ao seu consumo. Estes guias são o primeiro passo no caminho dessa aprendizagem. Disponibilizam ferramentas para os profissionais que atuam diretamente com a questão, bem como para os responsáveis pela elaboração de políticas públicas, ajudando-os a entender a importância do seu papel ao assegurar que as bebidas alcoólicas sejam servidas com responsabilidade”.

*Brett Bivans,
International Alliance for Responsible Drinking (IARD)*

A Associação Nacional de Empresas de Bebidas Espirituosas em parceria com o Turismo de Portugal coloca ao dispor da comunidade estes dois suportes de formação e prevenção como meio de contribuir positivamente, quer para um serviço responsável de bebidas alcoólicas, quer para um consumo de baixo risco.

O setor das Bebidas Espirituosas tem demonstrado o seu firme compromisso com valores de ética e de responsabilidade social. São exemplos deste compromisso as seguintes iniciativas: o Condutor 100% Cool, o condutor escolhido com 0% de álcool e que conta com a colaboração das autoridades; o site www.bebacomcabeca.pt, que presta informação ao consumidor; a monitorização da conformidade legal e ética da sua comunicação comercial por uma entidade independente, o Instituto Civil de Autodisciplina da Comunicação Comercial.

Este novo programa é um passo lógico para prevenir o consumo dos nossos produtos por menores e, ainda, evitar consumos excessivos ou de risco. Estamos conscientes de que só com a colaboração empenhada dos atuais e futuros profissionais da hotelaria, restauração e similares conseguiremos atingir esses objetivos, porque SERVIR BEM significará BEBER MELHOR.

*Mário Moniz Barreto,
Secretário Geral ANEBE*



INTRODUÇÃO

O objetivo deste guia é abordar as leis fundamentais e as necessárias responsabilidades de um profissional que serve e/ou vende bebidas alcoólicas, quer num local licenciado, onde o álcool é vendido e o cliente bebe nesse mesmo lugar, quer num local sem este tipo de licença, onde o álcool é vendido e o cliente o leva para fora do estabelecimento.

Será também de grande relevância para outros profissionais que têm contacto direto ou indireto com diversos setores relacionados com a comercialização de bebidas alcoólicas.

Ao longo deste manual encontrará o símbolo  que indica que terá de saber as regras ou leis relativas ao seu país ou local de trabalho.

Um outro símbolo está relacionado com as boas práticas  Esta informação é direcionada a gerentes e responsáveis pelo serviço de bebidas alcoólicas, com o intuito de dar orientação nas práticas presentes nos estabelecimentos.

Vender álcool requer capacidades e envolve responsabilidades legais – quais as ações que terá de levar a cabo no seu trabalho para obedecer às leis. Também necessita de ter conhecimento das responsabilidades sociais – quais as atitudes que deverá tomar para conduzir um bom negócio e ter um impacto positivo na comunidade.

Há diversos aspetos relacionados com o trabalho de servir bebidas alcoólicas que deve conhecer, tais como:

- › Ser uma espécie de “agente da lei” que assegura que ninguém infringirá nenhuma lei;
- › Ser um vendedor com conhecimento dos seus produtos;
- › Ser um profissional que se preocupa com a limpeza e a organização do local de trabalho;
- › Ser um bom anfitrião que ajuda a criar uma atmosfera amigável;
- › Ser um segurança que pensa no bem-estar dos clientes e reduz qualquer risco.

O tema deste Manual é “**serviço responsável de álcool**”, mas afinal, o que é que isto significa?

O álcool é, na maioria das vezes, consumido responsabilmente, mas pode causar danos se usado irresponsavelmente. Como tal, é importante vendê-lo de forma a minimizar qualquer prejuízo. Isto significa que terá que pensar a quem e quanto o vende e preocupar-se com o que é melhor para a saúde e o bem-estar do cliente. Muitos países puseram em prática leis que ajudam a facilitar as coisas. Existem também uma série de boas práticas, já muito bem estabelecidas, que pode pôr levar a cabo.

INDICE

01	CONDIÇÕES LEGAIS	8
	Comercial e não comercial	8
	Licença para vender	8
	Horários	8
	Idade e álcool	9
	Outras obrigações/infrações	10
	Quando é que alguém está embriagado?	10
	O que acontece se se infringir uma lei?	11
	Resumo/Pontos de ação	13
02	ÁLCOOL	15
	Álcool & o corpo	16
	A graduação alcoólica	19
	Estabelecimento de medidas	20
	Álcool e condução	20
	Ficar sóbrio	21
	Álcool e estilo de vida	22
	Resumo/Pontos de ação	23
03	CRIAR UM AMBIENTE ADEQUADO	25
	Fatores protetores e de risco em bares	27
	Estabelecer normas	28
	Política do estabelecimento/loja	29
	Prevenção de crime e desordem	29
	Boas práticas em estabelecimentos com e sem licença de venda	30
	Resumo/Pontos de ação	33
04	FUNÇÕES E CAPACIDADES FUNCIONAIS	35
	Prevenir problemas	36
	Reclamações e recusas de serviço	36
	Situações que envolvem problemas potenciais	38
	Reagir a problemas	40
	Registar incidentes	41
	Empregados/vendedores qualificados	41
	Resumo/Pontos de ação	42
05	MAIS INFORMAÇÕES	43



01

CONDIÇÕES
LEGAIS

As condições legais consistem no conjunto de regras existentes em todos os países (ou Estados) que regulam a venda de álcool. Normalmente, definem quem pode vender álcool, quando, onde pode ser vendido e a quem pode ser vendido. O propósito subjacente à obediência da lei é agir com cautela e proteção contra qualquer dano potencial à ordem ou à saúde pública. Isto, por vezes, vem expressamente declarado na lei.

COMERCIAL E NÃO COMERCIAL

As condições legais aplicam-se a todas as situações em que o álcool é vendido ou distribuído. O álcool pode ser produzido de forma comercial ou não comercial.

O álcool comercial inclui todos os aperitivos e bebidas com marcas bastante conhecidas, muitas das quais disponíveis mundialmente, bem como produtos produzidos nacional ou localmente.

A produção do álcool não comercial pode incluir bebidas destiladas como "samogon russo", "cachaça brasileira", "gongo da Tanzânia", "kachasu da Zâmbia" e "palinka húngaro". Também inclui bebidas fermentadas, do tipo cerveja, como o "pulque mexicano", feitos de sumo de agave (através do qual se fabrica a tequila e mezcal). O vinho produzido, mesmo para consumo interno (em casa própria) é uma forma comum e tradicional do álcool não comercial.

Embora muitas destas bebidas sejam produzidos com alta qualidade, têm sido associados a bebidas não comerciais problemas sérios de saúde, uma vez que é difícil controlar a quantidade de álcool que contêm e a pureza do produto.

LICENÇA PARA VENDER

Muitos dos países que estabelecem limitações em relação a quem é permitido vender bebidas alcoólicas têm também restrições a quem pode vendê-las.

Para comercializar álcool, terá de obter autorização ou licença.

A licença pode simplesmente permitir que venda bebidas alcoólicas, como em várias partes de África, ou pode ser extremamente detalhada, como na maior parte dos países da Europa e da América do Norte. Por exemplo, na Escócia, existem diferentes tipos de licença que dependem do tipo de venda e de local onde o produto é comercializado. Uma licença de funcionamento de um restaurante permite que bebidas alcoólicas sejam vendidas a pessoas que desejam consumi-las, quando estão a tomar uma refeição.



Informe-se junto do seu gerente ou responsável pelo serviço de bebidas alcoólicas sobre quais as leis referentes aos horários em que se pode vender álcool ou informar-se junto do órgão governamental responsável pela regulamentação desta questão.

HORÁRIOS

Onde é necessária uma licença, frequentemente existem restrições quanto aos horários em que se pode vender álcool. É ilegal vender álcool fora dos horários especificados.

Os horários podem diferir, dependendo do tipo de licença que tem, se vende álcool para beber dentro ou fora dos estabelecimentos ou, ainda, se serve álcool para acompanhar comida.



Informe-se junto do seu gerente ou responsável pelo serviço de bebidas alcoólicas sobre quais as leis referentes aos horários em que se pode vender álcool ou informar-se junto do órgão governamental responsável pela regulamentação desta questão.

IDADE E ÁLCOOL

Na maior parte dos países é proibido vender bebidas alcoólicas a qualquer indivíduo com menos de 16 ou de 18 anos. Em Portugal a idade mínima está estabelecida desde 1 de Julho de 2015 nos 18 anos para qualquer tipo de bebida alcoólica. Por exemplo, em Itália, a idade é de 16 anos, na Hungria e no Brasil é de 18 anos e nos Estados Unidos, de 21 anos.

Às vezes, a idade mínima difere consoante o álcool é bebido num café ou comprado numa loja. Na Suécia, é de 18 anos no restaurante e de 20 anos numa loja, e na Dinamarca, é de 18 anos em bares e restaurantes e de 16 anos nas lojas.

Em alguns países, a idade permitida muda consoante a graduação alcoólica. Na Finlândia, a idade legal é de 18 anos para comprar bebidas com graduação alcoólica até 22% e de 20 anos para bebidas mais fortes.

Noutros países, a idade permitida varia consoante a pessoa está ou não acompanhada por um adulto responsável, como, por exemplo, o pai ou o cônjuge.

O estabelecimento da idade legal para a compra de bebidas alcoólicas deve-se ao facto de o álcool ser potencialmente perigoso para os jovens. Isto ocorre porque geralmente estes não têm experiência para lidar com os efeitos do álcool e os órgãos internos ainda não acabaram de se desenvolver, então, uma pequena quantidade de álcool pode ter um efeito muito mais intenso que os efeitos correspondentes nos adultos.

Só em Inglaterra, durante um ano, cerca de 21.700 pessoas são admitidas em hospitais, fruto de intoxicação por álcool, sendo que são jovens uma grande parte delas.

Se existem restrições de idade relativas à venda de álcool, então deve sempre verificar a idade da pessoa a quem está a servir bebidas alcoólicas. Na maior partes dos países, é possível pedir para ver a identificação nacionalmente reconhecida. Porém, em certos países, como na Bélgica e em França, só entidades autorizadas podem solicitar essa identificação. Em França, só a polícia e representantes públicos podem solicitar a identificação. Se tiver dúvidas sobre a idade de alguém, não lhe deverá vender/servir bebidas alcoólicas. Como lidar com a recusa de vender álcool a um cliente é discutido mais adiante, na **secção 4: Funções e Capacidades Funcionais**.



Informe-se sobre a idade mínima permitida para vender álcool no seu país.

Em alguns países, existem também restrições de idade para as pessoas que vendem álcool.

OUTRAS OBRIGAÇÕES/INFRAÇÕES

Servir álcool a uma pessoa que já está embriagada é também uma infração na maioria dos países. A capacidade de decisão de uma pessoa fica comprometida quando esta consome álcool a ponto de demonstrar sinais de embriaguez. Portanto, cabe ao vendedor, e não ao cliente, a decisão de continuar a servir/vender bebidas alcoólicas.

E QUANDO ALGUÉM ESTÁ EMBRIAGADO?

Pode ser difícil saber quando alguém está embriagado e a quantidade de álcool consumida varia muito entre as pessoas. A lei na Finlândia usa o seguinte critério para definir embriaguez – “pessoas que se comportam de modo perturbador ou estão claramente intoxicadas”. Na Dinamarca define-se que “não se pode servir uma pessoa que está embriagada, se a pessoa representar um perigo para si mesma ou para seu meio”.

Para entender como o álcool afeta as pessoas, veja a **Secção 2: Álcool (páginas 9–16)**



Informe-se das leis do seu país relacionadas com a venda de álcool a uma pessoa embriagada, através do seu gerente, responsável pelo serviço de bebidas alcoólicas ou das autoridades locais.



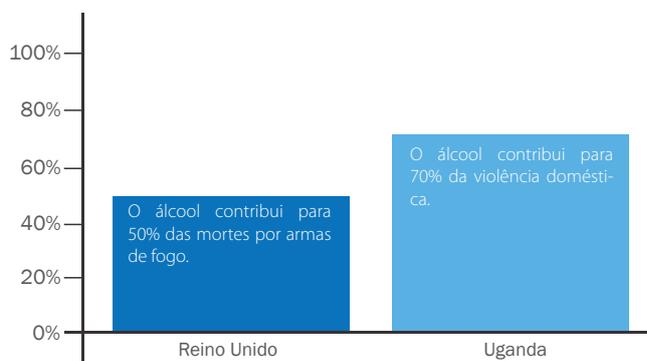
Em obediência às leis, muitas vezes deve deixar de vender/servir bebidas alcoólicas a um cliente. Mesmo que não exista uma lei relacionada com este assunto no seu país, ainda assim é uma boa prática impedir a embriaguez, porque pode resultar em problemas, tais como:

Riscos para os funcionários e os negócios

- É mais difícil lidar com clientes embriagados;
- Há mais confusão/sujidade para gerir (derramamento de bebidas, materiais destruídos, vômitos etc.);
- Há mais desordem, as discussões poderão resultar em agressão e violência muito mais rapidamente;
- A equipa expõe-se a mais danos e riscos;
- Aumento de custo das equipas – é necessário um número maior de pessoas para lidar com a confusão. Há também grande probabilidade de aumentar a rotatividade dos funcionários;
- O local, pela sua reputação, acaba por atrair pessoas com um perfil mais complicado e acaba por afastar clientes com um melhor comportamento;
- As visitas extras da polícia podem colocar em risco a licença do estabelecimento.

Riscos para os clientes

- Os clientes embriagados estão mais expostos ao perigo quando vão conduzir, caminhar ou usar transportes públicos, uma vez que estão mais vulneráveis a ataques ou a alguns tipos de acidentes.



Como a embriaguez afeta o equilíbrio, o entendimento e, às vezes, o humor, o álcool pode ser considerado um grande facilitador de acidentes e crimes. Estes incluem 50% das mortes por armas de fogo no Reino Unido e 70% da violência doméstica no Uganda.

O QUE ACONTECE SE INFRINGIR UMA LEI?

Nos países onde é ilegal a venda de álcool a indivíduos abaixo de uma certa idade, existe provavelmente uma multa e em alguns casos, como na Bélgica, uma sentença de prisão associada à infração desta lei. A venda de álcool pode também resultar na perda da licença, como na Suécia.

De forma semelhante, em países onde é ilegal servir bebidas alcoólicas a uma pessoa embriagada, a infração da lei pode resultar em multas, advertências, perda de licença ou prisão.

CONSEQUÊNCIAS DE VENDA A MENORES DE IDADE

ÁUSTRIA	Multa de cerca de €2.200.
REPÚBLICA CHECA	Multas para o vendedor e consequências criminais.
ESTÓNIA	Multa, apreensão da licença e outras sanções, dependendo da violação, e consoante é 1º ou 2º ofensa.
FINLÂNDIA	Uma advertência escrita, uma restrição para a licença limitando o horário de funcionamento. Apreensão da licença em certos horários ou permanentemente, multas e prisão até 2 anos.
ALEMANHA	Multas e perda da licença.
IRLANDA	De acordo com os tribunais, deve ser imposto o seguinte: 1ª ofensa – € 1.270 e encerramento do estabelecimento até 7 dias. 2ª ofensa e subsequentes – € 1.905, mais encerramento do estabelecimento de 30 dias. A licença é perdida quando houver 3 infrações. Uma vez perdida, o estabelecimento nunca mais poderá reaver a licença.
ITÁLIA	Prisão até um ano.
PAISES BAIXOS	Multas.
ESPAÑA	Multas.
SUIÇA	Multas e perda de licença durante um determinado período.
INGLATERRA E PAÍS DE GALES	Multa de £1,000.
PORTUGAL	Multa que pode variar entre 2.500€ e 3.000€

Dependendo do país e das circunstâncias, as consequências poderão recair sobre o empregado/vendedor, o detentor da licença ou ambos.



A fim de provar que está em concordância com as leis, é uma boa prática manter registos para mostrar quais princípios adotados:



1. Formação e Registos de Formação

É uma boa prática os empregadores facultarem formação às suas equipas aos seus funcionários no conhecimento das leis, assim como comprovarem a sua compreensão, através de perguntas ou de exames escritos.

2. Incidentes Diários

É uma boa prática registar quaisquer incidentes que aconteçam, como, por exemplo, discussões ou lutas, para que qualquer problema possa ser identificado e prevenir a sua reincidência. Este procedimento contribui para uma comunicação eficaz na empresa e pode ser apresentado às autoridades que porventura queiram saber pormenores sobre o que aconteceu.

O registo diário deverá ser mantido num lugar ao alcance de todos, para que seja facilmente encontrado quando necessário. Os registos antigos devem ser arquivados para serem usados em quaisquer ações legais que possam surgir.

3. Livro de Recusas

Este livro regista situações em que as bebidas alcoólicas deixam de ser servidas a certos consumidores, pelo facto de os mesmos serem menores de idade, estarem embriagados ou por outros motivos. O registo deve ser assinado pelo gerente ou responsável pelo serviço de bebidas alcoólicas. Este livro de registos ajuda a construir um retrato dos vários padrões de problema.

4. Políticas Relacionadas com a Idade do Consumidor

A solicitação da identificação aos jovens que aparentam ter menos de 18 anos muitas vezes é entendida como uma medida precária, já que muitos menores não apresentam os documentos solicitados. Assim, onde a idade legal é de 18 anos, muitos países com boas práticas confirmam o Bilhete de Identidade de todos os clientes que aparentem ter menos de 21 anos de idade, o que dá uma margem de pelo menos 3 anos "de reserva". Alguns países tomam como base esta regra com uma margem de 5 a 10 anos. Isto assegura que nenhum menor de idade será servido por engano, pelo facto de parecer mais velho.



CONDIÇÕES LEGAIS

RESUMO/PONTOS DE AÇÃO

1. Procure saber o que a lei diz sobre quem pode vender álcool no seu país ou na sua área local.
2. Procure saber quais os horários legais de venda especificamente no seu local de trabalho.
3. Procure saber quais são as restrições de idade em relação à venda de álcool no seu país.
4. Procure saber o que dizem as leis em relação à venda de álcool a uma pessoa embriagada.
5. Procure saber o que dizem as leis sobre a venda e uso de tabaco, cannabis e outras drogas.
6. Procure saber quais as punições em que incorre, caso infrinja uma lei de licenciamento.
7. Pergunte aos seus colegas ou empregador, quais as políticas e os sistemas que têm no seu local de trabalho, no sentido de alertar os colaboradores para o bom cumprimento das leis.
8. Gerentes – analisem os sistemas e discutam com suas equipas qualquer melhoria que considerem que possa ser levada a cabo como medida de prevenção.



02
ÁLCOOL

Na maioria dos países, as bebidas alcoólicas são tão amplamente difundidas, que muitas pessoas acabam por se esquecer que o álcool pertence à categoria das drogas depressoras. Isto não significa que quando beber se sentirá combatido ou deprimido, mas que o álcool é um depressor das funções do cérebro, o que resultará em alterações de comportamento. É por isso que, devido aos efeitos desta substância sobre o sistema nervoso central, e outros potenciais danos prejudiciais ao organismo (quando consumido irresponsavelmente), o álcool se torna numa droga realmente perigosa e a sua venda é controlada.

Assim que as pessoas começam a consumir bebidas alcoólicas, poderá notar como o comportamento destas passa a sofrer alterações.

- › As pessoas ficam mais soltas e confiantes, perdendo as suas inibições
- › Algumas pessoas podem começar a ter dificuldade em pronunciar as palavras
- › Algumas podem perder a estabilidade quando estão de pé
- › Os outros sentidos também são afetados, inclusive a visão, causando dificuldade na avaliação das distâncias

Se uma pessoa embriagada continuar a beber, poderá vir a sofrer de problemas sérios. Algumas funções automáticas do organismo começam a ser afetadas - pulmões, coração. Esta situação é conhecida como intoxicação alcoólica e faz perder a consciência. Uma pessoa inconsciente pode sufocar até a morte no seu próprio vômito.

É importante conhecer os primeiros sintomas da embriaguez e saber que deve recusar-se a servir tais clientes, antes que se tornem obviamente embriagados.

Como o álcool piora o funcionamento físico e mental, quanto mais uma pessoa beber, menor será sua capacidade de tomar decisões sobre seu bem-estar. Este é o motivo pelo qual cabe ao vendedor, e não ao cliente que está a beber, decidir que já bebeu além da conta.

O ÁLCOOL & O CORPO

O álcool é composto de moléculas muito pequenas que são absorvidas pelo sangue. Normalmente, isto acontece dentro do intestino delgado, mas em teoria, se enchesse a sua boca com um golo de whisky sem engolir, ainda assim o álcool seria parcialmente absorvido pela mucosa bucal. As membranas das células são altamente permeáveis ao álcool, desta forma, uma vez que este está na circulação sanguínea, é difundido por quase todos os tecidos corpóreos. Isto significa que o abuso do álcool pode danificar diferentes órgãos do corpo.

Geralmente, as bebidas alcoólicas são ingeridas e descem até o estômago. O estômago quebra as moléculas de comida e bebida antes destas serem levadas até ao intestino delgado. Se não houver nenhuma comida no estômago, então o álcool passará mais rapidamente para o intestino delgado, onde será absorvido pelo sangue. O álcool circula pelo corpo (no sangue) até alcançar o cérebro, o que leva aproximadamente 5 minutos. Quando alcança o cérebro, passa a deprimir as suas funções, começando pela parte que controla as inibições e o julgamento.

Se houver comida no estômago, então o álcool misturar-se-á com os alimentos antes de passar ao intestino delgado. É essa mistura que reduz a velocidade do álcool para ser absorvido pelo sangue. É importante notar que este processo só reduz a velocidade - não pára o processo. Todo o álcool consumido acabará por ser absorvido pelo sangue e circulará por outras partes do corpo.

O álcool alcança o fígado aproximadamente em 20 minutos. O fígado é capaz de metabolizar o álcool a uma taxa de aproximadamente 8 gramas por hora. Veja na página 13 como calcular o número de gramas de álcool presente em qualquer bebida.

A quantidade de álcool no sangue depende da quantidade e do tipo de álcool consumido, da velocidade do consumo, do facto de haver ou não comida no estômago e uma variedade de outros fatores. Os efeitos imediatos do ato de beber dependem da quantidade de álcool na circulação sanguínea - a concentração de álcool no sangue (CAS). A CAS varia de acordo com o sexo, peso, estrutura física e velocidade de ingestão. As mulheres tendem a ter uma CAS ligeiramente maior que os homens depois de beber a mesma quantidade de álcool, porque têm menos água no corpo para que o álcool possa ser diluído.

Uma pequena quantidade de álcool (menos que 10%) é eliminada do corpo pela urina, respiração e suor. O resto é oxidado - isto significa que, tendo como exemplo a comida, o álcool em combinação com o oxigénio do sangue é capaz de libertar calor, energia ou calorías. Embora as bebidas alcoólicas tenham algum valor nutricional, este é de baixa qualidade devido à falta de vitaminas, proteínas e outros nutrientes. Também, ao contrário da comida, o álcool é metabolizado quase exclusivamente pelo fígado. Isto significa que este órgão é uma das primeiras partes do corpo a sofrer os efeitos prejudiciais de beber muito. O diagrama apresentado na próxima página mostra a passagem do álcool pelo corpo.

Em resumo, isto geralmente significa que ao beber a mesma quantidade de álcool:

- › As mulheres sofrem os efeitos do álcool de forma mais intensa que os homens.
- › Uma pessoa de estatura pequena sente mais os efeitos do álcool que uma pessoa de estatura grande.
- › Uma pessoa que está com estômago vazio sente mais os efeitos do álcool do que uma pessoa que se alimentou bem.

Como é que as pessoas desenvolvem tolerância ao álcool:

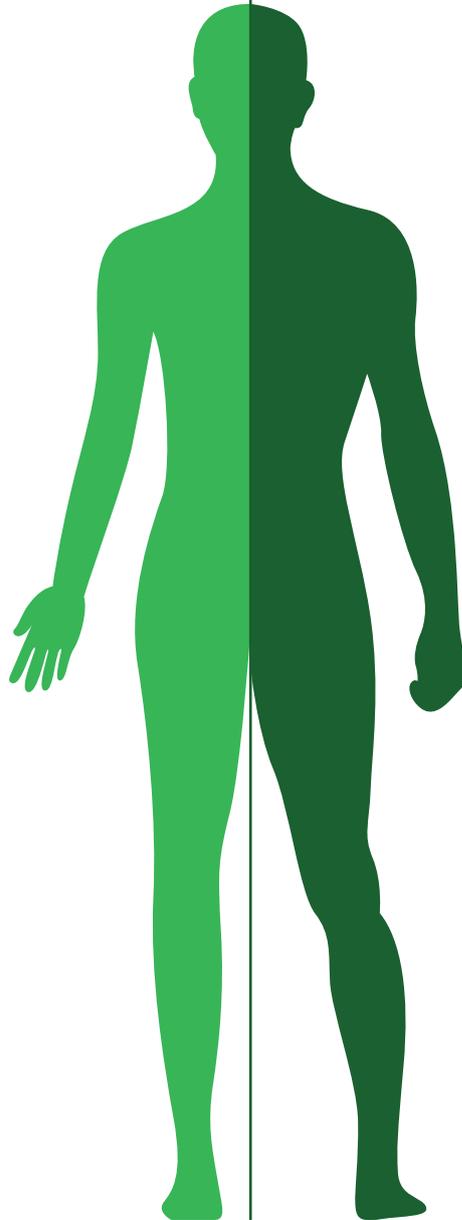
- › Quem bebe raramente será mais atingido pelos efeitos do álcool do que uma pessoa que bebe regularmente.



ÁLCOOL

COMO O ÁLCOOL DEIXA O CORPO

COMO O ÁLCOOL ENTRA NO CORPO



A GRADUAÇÃO ALCOÓLICA

A graduação das bebidas alcoólicas varia. Até mesmo dentro de um determinado grupo, existe uma diferença considerável entre as diferentes bebidas. Por exemplo, a cerveja pode variar entre aproximadamente 2% a 9% de teor alcoólico (concentração alcoólica) por volume. Além disso, muitas bebidas são misturadas com refrigerantes ou água. Com o propósito de tornar a medição uniforme, adotou-se a medida de “gramas de álcool puro (etanol)” como a forma padrão. O que significa, na prática, que uma “dose padrão” de bebida irá conter uma determinada quantidade de álcool puro, independentemente de se tratar de cerveja, vinho ou bebidas destiladas.

É útil para os consumidores poderem avaliar o consumo de “baixo risco”. Porém, vários países têm conceitos distintos sobre o conceito de dose, variando de 8 a 14g, sendo que em alguns países, nem sequer existe o conceito de “dose padrão”.

Ter uma compreensão dos riscos e benefícios associados ao consumo de álcool é uma ferramenta importante para prevenir danos. As diretrizes oficiais podem fornecer às pessoas uma base equilibrada para tomar decisões sobre os seus hábitos de ingestão de bebidas e permitir mudanças quanto ao padrão de consumo apropriado.



As diretrizes oficiais sobre o consumo de álcool geralmente são produzidas por organismos governamentais, tais como o Ministério da Saúde ou outro organismo responsável pelo tratamento de assuntos relacionados com o assunto. Procure saber quais os organismos reguladores no seu país. Outras diretrizes também podem existir, como, por exemplo, as fornecidas através de associações médicas.

Alguns países tentaram introduzir medidas a fim de permitir uma melhor estimativa do número de doses padrão numa bebida. No Reino Unido, por exemplo, os produtores de álcool tomaram voluntariamente a decisão de especificar o número das unidades numa bebida onde 1 unidade é igual a 8 gramas de álcool puro.

“A compreensão dos riscos e benefícios potencialmente associados ao consumo de álcool é uma ferramenta importante para prevenir danos.”

Pode presumir que cada dose de bebida, seja uma lata de cerveja, uma taça de vinho ou uma bebida destilada qualquer, seja equivalente a uma dose padrão de bebida. A tabela abaixo permitirá-lhe calcular quantas gramas de álcool puro contém uma dose, se houver informação sobre a quantidade de bebida em centilitros (cl) e a graduação da bebida em álcool por volume (ABV). Ambas estão normalmente descritas na embalagem, a última normalmente expressa em percentagem. Alternativamente, poderá fazer o cálculo:

$$\frac{(\text{Quantidade de bebida (cl)} \times \text{Graduação da bebida}) \times 8}{1000}$$

1000

DOSE POR TIPO DE BEBIDA	QUANTIDADE DE ÁLCOOL PURO (g)
1 copo de cerveja (25 cl) (4% ABV)	8 g
1 cerveja de garrafa (33 cl) (5% ABV)	13,2 g
1 copo de vinho (15cl) (12% ABV)	14,4 g
1 copo de vodka pura (5 cl) (40% ABV)	16 g
1 copo de vodka com sumo de laranja (5 cl) (40% ABV)	16 g
1 copo de whisky puro (5 cl) (40% ABV)	16 g
Um copo de rum c/ refrigerante (5 cl) (40% ABV)	16 g
1 copo de vermute (6 cl) (16% ABV)	7,7 g



É importante que ofereça diversos tipos de bebidas alcoólicas de graduações variadas, incluindo algumas bebidas de baixa graduação alcoólica e mesmo sem álcool e de tamanhos variados.

Importa realçar que o facto de se misturar águas, sumos ou refrigerantes nas bebidas alcoólicas, apenas as dilui e não reduz a quantidade de álcool que aí se encontra. A título de exemplo, ingerir uma dose de vodka pura, ou a mesma dose diluída em sumo de laranja, contém precisamente os mesmos 16 g de álcool.

ESTABELECIMENTO DE MEDIDAS

Para que as pessoas possam contabilizar o que estão a beber, é uma boa prática usar uma medida padrão para especificar as bebidas.

Alguns países fizeram disto lei, como no Reino Unido, onde é necessário um aviso a declarar o tamanho de medida para o vinho e outras bebidas, tais como vodka, gin, whisky e rum. O vinho tem de ser vendido em copos de 125ml, 175ml ou múltiplos e as outras quatro bebidas destiladas acima mencionadas devem ser vendidas em copos de 25ml, 35ml ou quantidades múltiplas dessas.



A especificação de medidas pode diferir consoante a bebida que estiver a servir. Informe-se das leis do seu país, entrando em contacto com a administração local, que lida com os padrões a nível de comércio ou emissão de licenças.

As Medidas Permitidas

Alguns países têm leis que regulam o tipo de promoções que pode oferecer. Certamente na maior parte dos países, não é boa prática encorajar as pessoas a beber uma quantidade muito grande de álcool num curto espaço de tempo, já que isto pode levar à embriaguez e a todos os problemas a ela associados.



Procure saber se existem quaisquer leis ou boas práticas relacionadas com ofertas e promoções de bebidas alcoólicas no seu país.

ÁLCOOL E CONDUÇÃO

A maior parte dos países tem leis sobre bebida e condução. Nestes locais, a concentração de álcool no sangue (CAS) pode variar de 0,00% ("tolerância zero"), como na Hungria e República Checa, a 0,02%, na Noruega e Suécia, a 0,06% no Brasil e, finalmente, a 0,08% no Canadá, Nova Zelândia, Reino Unido e nos Estados Unidos. Geralmente são utilizados tubos ou balões de deteção de álcool e amostras de sangue para calcular a concentração alcoólica; mas algumas vezes, como em alguns Estados dos Estados Unidos, são utilizados testes físicos para avaliar, inicialmente, o nível de intoxicação como, por exemplo, andar em uma linha reta.



Informe-se das leis vigentes no seu país relacionadas com "beber e conduzir", contactando o organismo governamental que trata de questões do trânsito.

Não há dúvida de que o álcool afeta a capacidade de condução do indivíduo. De facto, o corpo começa a ser adversamente afetado desde níveis muito baixos, em torno de 0.02% CAS (algumas vezes expresso como 20mg por 100ml de sangue). Muitas pessoas querem saber que quantidade de álcool podem

consumir para continuar a conduzir com segurança. É impossível afirmar ao certo o número de gramas de álcool ou de bebidas que manterão a pessoa abaixo do limite estabelecido pelo governo, ou assegurarão uma condução segura. Como foi mencionado anteriormente, a quantidade de álcool no sangue depende da idade, sexo, estatura, alimentação e muitos outros fatores. Isto significa que é impossível prever os efeitos exatos do álcool. Portanto, o único nível verdadeiramente “seguro” é o de não consumir bebidas alcoólicas quando for conduzir.



Se um cliente disser que vai conduzir, os empregados/vendedores em alguns países serão responsabilizados legalmente, caso a pessoa venha sofrer um acidente de carro e for encontrada embriagada, como acontece em alguns Estados dos EUA. Esta situação é conhecida como “responsabilidade do vendedor”. Ainda que não seja o caso no seu país, todos nós temos responsabilidade social. E se aquela pessoa que partiu do bar, conduzir e matar alguém? Por este motivo é importante esclarecer os condutores sobre os riscos associados e oferecer-lhes bebidas sem álcool ou de baixa graduação alcoólica. Outras boas práticas incluem sinalizações nos estacionamentos de carros, informações sobre serviços locais de táxi e de horários de autocarros, fornecendo materiais/detalhes sobre alternativas à condução.

FICAR SÓBRIO

Pergunte a um grupo de pessoas sobre como ficar sóbrio ou livrar-se do álcool no corpo e terá inúmeras respostas. Contudo, a maior parte desses conselhos é incorreta e alguns podem até causar maiores danos. Vamos conhecer alguns deles:

“Beba café” - ERRADO

O café contém cafeína que é estimulante e quando misturado a álcool, que é um depressivo, pode ter efeitos colaterais nocivos.

“Beba água” - ERRADO

Embora isto possa ajudar a reidratar o corpo, não ajuda a eliminar o que já está no corpo.

“Provoque o vômito” - ERRADO

Isto fará apenas sair o álcool do estômago e como o álcool é rapidamente absorvido na circulação sanguínea, não ajudará.

“Pare de beber e espere” - CERTO

Não existe nada que possa fazer a não ser esperar que o fígado metabolize o álcool. Isto demora em média 20 minutos a partir do momento em que começa a beber. O fígado metaboliza o álcool a uma taxa aproximada de 8g por hora.

A melhor forma de evitar a embriaguez é assegurar que a própria pessoa consiga estabelecer um ritmo de consumo que não seja mais rápido do que a velocidade com que o corpo é capaz de processar o álcool.

É importante avaliar a quantidade de tempo necessária para se livrar de TODO o álcool no organismo, especialmente se estiver a conduzir ou a trabalhar com máquinas, mais tarde no mesmo dia, ou no dia seguinte após ter bebido uma quantidade significativa de álcool.

ÁLCOOL E ESTILO DE VIDA

A percentagem da população adulta que consome álcool varia conforme a cultura do país. Em alguns países é muito alta, acima de 90%. Beber tende a estar associado a contextos de diversão, como festas, eventos e celebrações, e é frequentemente usado para descontrair, por exemplo, no final de uma intensa semana de trabalho. Se consumidas com moderação, no tempo e lugar corretos, as bebidas alcoólicas podem ser compatíveis com um estilo de vida saudável. Porém, quem tende a beber demais corre sérios riscos de desenvolver problemas de saúde ou outros.

Beber numa Farra (Binge Drinking)

Beber muito numa única ocasião. A definição deste padrão pode variar de acordo com o país. Nos EUA, é definido como 5 ou mais doses numa única ocasião para homens e 4 ou mais doses numa única ocasião para mulheres.

Consumo Excessivo

Beber demais durante um certo período de tempo. A definição deste consumo pode variar de país para país.

Já abordámos alguns dos efeitos, a curto prazo, decorrentes do consumo de álcool que incluem a possibilidade de intoxicação, como também um alto risco de envolvimento em acidentes ou crimes. Existem também muitas outras consequências a longo prazo, sobretudo na saúde.

Quando o fígado tem de lidar com álcool em demasia, ocorrem danos que variam desde depósitos de gordura e inflamação, até uma cirrose, que deixa danos permanentes. O consumo excessivo pode também levar a gastrites, úlceras e refluxo gástrico, além de problemas no pâncreas. Mais de 80g etanol ingerido numa situação de consumo está associado a um significativo aumento da pressão sanguínea, que pode levar a ataques cardíacos ou colapsos. De facto, o álcool pode prejudicar quase todas as partes do corpo quando consumido em excesso (além do recomendado).

As Boas Notícias

Em contrapartida, há alguns benefícios de saúde associados ao uso de doses alcoólicas, de nível baixo a moderado, que são iguais ou menores aos níveis já estabelecidos. O álcool pode ser um fator protetor para o coração, mas apenas quando consumido em baixos níveis. Porém, este efeito tem sido identificado apenas em pessoas acima dos 40 anos de idade.



RESUMO/PONTOS DE AÇÃO

1. Esteja ciente dos primeiros sinais de embriaguez. Fale com outras pessoas e/ou com o gerente, sobre os indícios que representam o momento de dizer que não vai servir bebidas a um cliente.
2. Procure saber quais as recomendações oficiais de consumo de álcool no seu país.
3. Calcule quantos gramas de álcool existem em 3 ou 4 das bebidas mais populares que regularmente serve no seu local de trabalho.
4. Procure saber o que as leis dizem no seu país sobre as dimensões adequadas das bebidas, antes de as servir. Se não há nenhuma lei disponível, existem então boas práticas?
5. Procure saber quais as leis no seu país sobre o tema "beber e conduzir"
6. Os gerentes devem confirmar os produtos servidos, assim como as informações disponíveis em cada um deles, de forma a que os clientes possam fazer escolhas sensatas e bem informadas.
7. Se ainda não faz isso, disponha informações em cartazes e outros meios, desencorajando a prática de "beber e conduzir".

03

CRIAR UM
AMBIENTE ADEQUADO

O ambiente faz o local. O ambiente afeta o cliente desde o momento em que entra, e pode influenciar a maneira como este consumirá as bebidas alcoólicas e se comportará.

A criação de um contexto positivo está ligado à forma como o ambiente do estabelecimento pode influenciar o comportamento do cliente. Esta é uma forma de estabelecer padrões.

Beber depende de três fatores diferentes:



A Bebida

A quantidade e a graduação alcoólica.

O Consumidor

As características da pessoa que bebe, o estado de espírito e as circunstâncias pessoais.

O Ambiente

A atmosfera e as regras do estabelecimento onde há consumo de álcool.

Ao remover ou alterar qualquer um destes fatores, o comportamento de beber irá modificar-se. Por exemplo, o comportamento de uma pessoa num bom restaurante será provavelmente muito diferente do comportamento da mesma pessoa que assiste a um jogo de futebol num bar. O ambiente mudou, embora seja consumida exatamente a mesma quantidade de bebida em ambas as circunstâncias.

Também o comportamento da mesma pessoa a assistir a um jogo de futebol num bar mudará conforme a quantidade de álcool consumida. A mesma pessoa provavelmente poderia comportar-se de outra forma se não estivesse a beber nada (talvez porque estivesse a conduzir) ou estivesse a beber com um grupo de amigos.

O gerente e a sua equipa estão na posição de controlar ou pelo menos influenciar dois destes fatores: a quantidade e o tipo de bebida servido e, em particular, o ambiente. O ambiente junta a decoração, a disposição do espaço do estabelecimento, ao facto de existirem mais pessoas sentadas ou em pé, à iluminação e música.

Por exemplo, existem evidências que sugerem que beber verticalmente (isto é, num espaço em que as pessoas permanecem de pé) promove um consumo de álcool mais rápido do que quando as pessoas estão

sentadas. Certamente, o ambiente que criou pode influenciar o cliente e a maior probabilidade de beber socialmente, de forma descontraída, agressiva ou competitiva.

FATORES PROTETORES E DE RISCO EM BARES

Uma pesquisa realizada na Escócia em 2005 avaliou os fatores associados aos problemas provenientes do uso de álcool, como, por exemplo, a embriaguez e a violência, dentro de estabelecimentos licenciados.

Os resultados estiveram de acordo com vários outros estudos realizados no Canadá, EUA, Austrália e Nova Zelândia. Concluiu-se que existem uma série de fatores de proteção face aos problemas dentro dos estabelecimentos, e que existe outra série de fatores que podem aumentá-los. Nenhum deles pode causar ou eliminar a violência por si só, mas dispor de uma série de fatores protetores, tendo a certeza da existência de poucos fatores de risco, diminui a probabilidade da ocorrência de incidentes.

Fatores de proteção:

- › Ausência de congestionamento, ambientes que não estão excessivamente cheios.
- › Pessoas "indevidas" (por exemplo, com sinais de embriaguez bêbados ou menores de idade) impedidas de entrar ou que, pela sua condição, o estabelecimento se recusa a servir-lhes bebidas alcoólicas.
- › Bons padrões de limpeza.
- › Equipa amigável.
- › Serviço rápido e eficiente.
- › Atendimento de pedidos dentro de um período de tempo razoável (sem que haja muita espera).
- › Controlo de saída dos clientes.
- › Controlo dos clientes, incluindo à entrada, os que estão no bar e a saída.
- › Disponibilidade de oferta de comida (refeições completas e lanches).
- › Maior percentagem de clientes sentados.
- › Existência de uma equipa de serviço orientada para a promoção do consumo responsável de álcool.
- › Boa variedade de refrigerantes a preços razoáveis.
- › Boa comunicação entre os membros da equipa.

Estes elementos contribuem para a promoção do consumo social de bebidas alcoólicas.

Um bom ambiente estimula as pessoas a comportarem-se de acordo com o que se passa no seu estabelecimento. Para ter um bom ambiente deverá estabelecer padrões.

Fatores de Risco

- › Mesas não supervisionadas.
- › Televisão com imagens agressivas, de cariz sexual ou de intoxicação alcoólica.
- › Músicas com muitas palavras ofensivas ou que incluam palavras que façam referência explícita a sexo.
- › Estabelecimento muito congestionado (porta, bar, degraus, wc's, pista de dança.).
- › Maior percentagem de clientes em pé.
- › Permissão de entrada e atendimento a pessoas embriagadas ou a menores de idade.
- › Pessoas a vomitar.
- › Tráfico ou uso declarado de drogas.
- › Clientes embriagados nos estabelecimentos.
- › Equipa hostil ou agressiva, fora do padrão estabelecido.
- › Equipa que permite agressões ou conflitos.
- › Equipa que incita as pessoas a sair para lutar.
- › Intervenções tardias da equipa em determinadas situações.
- › Hábito de servir o dobro da quantidade na hora de fecho ou continuar a servir após a hora de encerramento.
- › Fumo de cigarros e/ou falta de ventilação.
- › Níveis altos de barulho e movimento.
- › Pouca velocidade de trabalho, limpeza de mesas e de casas de banho.
- › Existência de atividade de cariz sexual declarado ou afim (sedução e carícias intensas).
- › Promoção interna ou entretenimento focado no uso de álcool e “danças sexuais”.

Em resumo, os estabelecimentos que têm altos padrões, que são limpos e que conseguem ter um bom controlo do comportamento dos seus clientes, têm uma probabilidade maior de construir um ambiente positiva e prevenir problemas.

ESTABELEECER NORMAS



Após leitura das secções anteriores, saberá até que ponto é complicado o entendimento de quando e a quem pode vender álcool. Uma das melhores formas de deixar isto claro a todos os interessados é disponibilizar um cartaz com a política do estabelecimento ou da loja.

As informações do cartaz, ou materiais disponíveis, deverão resumir para ambos, clientes e equipa de atendimento, quando o álcool pode ser vendido, quem pode comprá-lo, quais os documentos de identificação de idade, entre outros. Um exemplo pode ser encontrado abaixo e pode ser usado como boa prática.

POLÍTICA DO ESTABELECIMENTO/LOJA

Nome do estabelecimento: _____
Morada: _____
Telefone: _____
Tipo de licença: _____
Nome do detentor da licença: _____

Neste estabelecimento é ilegal servir álcool a qualquer pessoa com menos de ___ anos.

Se parecer ser mais jovem do que o permitido, será solicitada a sua identificação.

São aceites os seguintes tipos de documentos: _____

O horário em que vendemos bebidas alcoólicas é:

Segunda-feira _____
Terça-feira _____
Quarta-feira _____
Quinta-feira _____
Sexta-feira _____
Sábado _____
Domingo _____

É contra a lei servir uma pessoa embriagada.

Será solicitada a saída das pessoas que não se comportarem de maneira apropriada às regras estabelecidas por este estabelecimento.

PREVENÇÃO DE CRIME E DESORDEM

Um estabelecimento que vende álcool faz parte da comunidade local e tem, portanto, algumas responsabilidades sociais. Em alguns países, estes assuntos tornaram-se tão importantes que foram incluídos na própria lei.

Prevenir o crime e a desordem pode abranger muitas coisas, desde comportamentos que geram tumultos, à condução sob o efeito de álcool e à agressão física ou verbal. Em primeiro lugar terá de avaliar qual o comportamento que causa mais problemas, ou se é considerado crime no país onde trabalha.



Obtenha informações junto das autoridades locais responsáveis pelo licenciamento do seu estabelecimento ou sobre parcerias já existentes com a polícia ou outros serviços comunitários.

Ao manter os padrões de qualidade do seu estabelecimento e recusar a entrada de pessoas com comportamentos indesejáveis, está a prevenir muitos problemas. Porém, é importante observar com atenção quaisquer sinais de complicações e prevenir que estas ocorram. Este tema será abordado na próxima secção. Existem ainda sistemas de boas práticas que pode levar a cabo:

BOAS PRÁTICAS EM ESTABELECIMENTO COM E SEM LICENÇA

Incidentes Diários

Trata-se de um livro/diário de registos de quaisquer incidentes que podem ocorrer, como, por exemplo, discussões ou lutas. O objetivo é prevenir a reincidência desses problemas, além de contribuir com uma comunicação eficaz na empresa e pode ser apresentado às autoridades que, por ventura, queiram mais pormenores sobre o que aconteceu. O registo diário deverá ser mantido num lugar ao alcance de todos, para que saibam onde achá-lo quando necessário. Os registos antigos devem ser arquivados para um possível uso em quaisquer ações legais que possam surgir. Veja na página 7 o item "incidentes diários".

Livro de Recusas

Este é um livro para registrar quando se recusa o atendimento a certos consumidores pelo fato de os mesmos serem menores de idade, estarem embriagados, ou por qualquer outro motivo. Esse registo deve ser assinado pelo gerente e demonstra que está a cumprir as leis. Também ajuda a construir um retrato dos vários problemas padrão.

Avaliação de Risco

Em alguns países, as leis que regulam a saúde e segurança exigem a avaliação dos riscos dos estabelecimentos. Porém, mesmo que isto não seja exigido por lei, é uma boa prática haver regularmente uma vistoria ao seu estabelecimento, no sentido de elaborar uma lista de potenciais riscos, para os poder minimizar. Lembre-se que quando o lugar está muito cheio, os próprios clientes podem ser um perigo em potencial.

Boas Práticas em Locais com Licença

Brincadeiras/apostas que envolvam o consumo de álcool/política de consumo

Existem certas formas de beber e certos produtos que por si só podem levar ao consumo de álcool dentro de padrões irresponsáveis. Brincadeiras e apostas em que as pessoas consomem de um só trago bebidas alcoólicas, ingerindo mais do que normalmente pretendiam, podem ser perigosos condutores de embriaguez. Alguns tipos de bebidas que possuem uma alta graduação alcoólica têm por objetivo levar as pessoas à embriaguez. Deveria questionar-se se a venda desses produtos é uma atitude responsável. Também é boa ideia ter no estabelecimento uma lista de todas as bebidas alcoólicas vendidas e especificar quantas doses os clientes podem consumir, além de desenvolver uma política sobre o que fazer quando os clientes bebem de forma irresponsável.

Promoções/Ofertas e 'Happy Hours'

Não é uma boa prática criar promoções do tipo "beba o que conseguir" por um valor determinado ou em determinado período de tempo. Este tipo de promoção só encoraja a embriaguez e todos os problemas a ela associados.

Estratégia na Hora de Encerramento

Desenvolver uma estratégia para a hora de fecho é considerada uma boa prática, visto que esta é a altura onde ocorrem os maiores incidentes e problemas. Esta política deve ser cuidadosamente elaborada e seguida de forma consistente.

Locais grandes onde as festas acabam de madrugada e têm música de entretenimento, devem planejar a saída dos seus clientes, no sentido de assegurar que estes partirão de maneira segura e ordenada, evitando o excesso de pessoas numa única saída, além de outros problemas passíveis de acontecer. Aceda ao site www.beda.org.uk para conhecer um exemplo deste tipo de política.

O encerramento dos bares e estabelecimentos começa antes do momento em que fecham as portas. É importante controlar o ambiente do local, o humor dos clientes e também pensar na vizinhança e nos mecanismos de transporte disponíveis, para que as pessoas possam retornar de forma segura a casa.

Se um grupo musical estiver a atuar ou se houver alguma outra forma de animação, a melhor parte do espetáculo não deve ser deixada para o fim. Esta situação deixa os clientes em alerta e não contribui para que saiam do estabelecimento. Ao mesmo tempo que é importante assegurar o divertimento das pessoas, devem tomar-se medidas para as deixar também mais tranquilas. Muitos lugares tocam músicas mais lentas para “acalmar” os clientes. Os estabelecimentos maiores costumam fechar alguns espaços antes do encerramento geral, para controlar o excesso de pessoas à saída.



É uma boa prática informar o cliente que o bar vai atender os “últimos pedidos”. Isto deixa as pessoas cientes de que têm somente certa quantidade de tempo de permanência, caso desejem comprar mais álcool. Disponha desta ferramenta com bastante antecedência, assim poderá servir todos aqueles que solicitarem uma bebida. Durante a semana, muitos lugares estabelecem os últimos pedidos 15 minutos antes de terem efetivamente que parar de servir pelo horário estabelecido na lei. Aos fins de semana, quando os estabelecimentos estão mais cheios, fazem o alerta 30 minutos antes, a fim de evitar reclamações dos clientes.

Ao aproximar-se a hora das últimas vendas, é boa prática suavizar lentamente a iluminação. Apagar as luzes de uma única vez, quando o bar fecha, pode induzir as pessoas a ficarem zangadas e agressivas. O melhor é fazer isto de forma lenta e gradual.

Tenha disponíveis para os clientes os horários de autocarro ou telefones de táxis por área. Desta forma ajuda as pessoas a partirem de forma segura, e previne a saída em massa.

Bebidas Disponíveis até uma hora determinada

A lei do seu país pode determinar que os clientes tenham de consumir bebidas alcoólicas dentro de um horário específico. Ainda que este não seja o seu caso, é sempre bom ter uma política de horários de acordo com as necessidades do seu estabelecimento.



Procure saber quais os regulamentos que visam os horários de encerramento dos estabelecimentos através do seu gerente, das autoridades do país e de área.

Após o momento em que termina o serviço, é importante que os clientes saibam que não poderão comprar mais álcool. Algumas indicações podem contribuir, como, por exemplo, fechar a área de vendas com biombos ou fazer sair as equipas de serviço detrás do balcão.

O próximo passo é informar os clientes sobre o tempo de permanência. Pode ter de os relembrar várias vezes, por exemplo, “encerramos dentro de 10 minutos”, “encerramos dentro de 5 minutos” etc. Desta forma, quando pedir para saírem, já não será uma surpresa.

Frequentemente, na parte de fora do estabelecimento, quando os clientes saem, costumam permanecer ainda algum tempo à porta, a conversar, a decidir o que farão no próximo dia ou simplesmente a despedir-se. Estes clientes podem vir a criar alguns problemas, ou tentarão ainda levar com eles algumas bebidas para continuar a consumir.

Quando e onde possível, tenha o pessoal próximo das saídas, agradecendo aos clientes a preferência e impedindo que levem bebidas consigo. Se estas equipas forem consideradas como "equipas responsáveis pela saída", poderá haver leis ou regulamentos a que terão de obedecer e a formação destes deverá ser obrigatória.



Procure saber quais os regulamentos/leis que se aplicam às equipas responsáveis pela saída dentro da sua área e/ou país.

É importante lembrar os clientes que respeitem as propriedades vizinhas e as pessoas que vivem por perto, especialmente à noite, quando estão a dormir. Alguns locais enviam uma ou duas pessoas para a rua com coletes de alta visibilidade para os lembrar disto e também para conduzir os mesmos às paragens táxi e de autocarro mais próximas, aos estabelecimentos que servem comida e ficam abertos até mais tarde, entre outros. Em alguns lugares, acredita-se que oferecer doces gratuitos aos clientes os ajuda a controlar o barulho. Existem inúmeras opções amigáveis e criativas de lidar com estes assuntos sem causar frustração ou conflito.



RESUMO/PONTOS DE AÇÃO

1. Informe-se sobre quais são os comportamentos indevidos que são considerados crime no seu país.
2. Discuta com os amigos e a família os aspetos que o incomodam enquanto cliente e pense na possibilidade de um deles ter hipóteses de ocorrer no seu local de trabalho.
3. Preencha o formulário sobre a política do estabelecimento e divulgue, num painel, as regras/leis vigentes que tem de seguir.
4. Leia sobre fatores de proteção e de risco – escolha qualquer um deles que se aplique ao seu local de trabalho e pense sobre o impacto que pode ter.
5. Discuta e aplique as melhores ferramentas de boas práticas apropriadas ao seu local de trabalho.
6. Elabore uma estratégia para o horário de encerramento apropriado ao seu local de trabalho.



04

FUNÇÕES E CAPACIDADES
FUNCIONAIS

Quantas vezes já foi atendido e se sentiu frustrado pela forma como foi recebido? Pense novamente em como se sentiu quando não foi servido rapidamente ou quando a comida chegou fria. Muitas pessoas escolhem o lugar que frequentam unicamente pela atitude da equipa e pelo padrão do serviço.

O facto de pensar no que os clientes querem, assegurando-lhes um ambiente seguro e agradável, é caminho seguro para que as pessoas se sintam felizes e regressem ao mesmo estabelecimento.

Como já foi mencionado anteriormente, é parte do seu papel, além de cumprir a todas as leis, fornecer um excelente atendimento ao consumidor. Este atendimento envolve vários aspetos práticos:

Vendedor

É importante saber quais os produtos que vende, além de estar a par de informações sobre cada um deles.

Responsável pela Limpeza

As pesquisas demonstram que, nos locais limpos e arrumados, os consumidores se comportam de forma ordenada. A confusão também pode ser uma fonte de frustração, por exemplo, quando alguém se apoia sobre o balcão e molha ou mancha a roupa. Este tipo de situação pode levar a situações de reclamação e a conflitos.

O Proprietário

Muitos clientes escolhem os lugares que frequentam devido à equipa e ao nível de serviço. Saber o que os clientes regulares gostam, assim como o interesse que demonstra pelas suas histórias, torna-se parte do nível que estabelece no seu serviço.

O Segurança

Ao servir e circular pelo estabelecimento, deve manter os olhos atentos ao uso indevido de vidros, lixo nas mesas, bebidas que se entornam, furtos/roubos de malas e saídas de incêndio.

O Polícia

Esta é provavelmente a parte mais difícil. Muitas vezes terá de recusar um serviço ou pedir a alguém para deixar o local. Isto deve ser feito sempre com calma e educação, nunca usando a força. Voltaremos a esta questão mais adiante em pormenor.

PREVENIR PROBLEMAS

Antever um potencial perigo e tomar medidas para prevenir o mesmo é sempre preferível a verificar que uma situação sai do controle. Dependendo da disposição física do seu local de trabalho, pode ser capaz de ver o conjunto das suas dependências por detrás do bar ou então terá de trabalhar mais em equipa, assegurando que todo o ambiente é fiscalizado regularmente.

RECLAMAÇÕES

Seria impossível acreditar que nunca haverá nenhuma reclamação ou conflito no seu estabelecimento, mas dependendo do tipo de lugar, localização, idade dos clientes, entre outros fatores, isto poderá ocorrer com maior ou menor frequência.

Lidar com uma reclamação é uma arte em si. Se lidar bem com isto, terá trazido o cliente de volta, fazendo

com que ele passe de um estado de insatisfação a um outro de muita satisfação. Porém, se lidar mal com isto, o cliente sentir-se-á até mais infeliz e é provável que venha a falar sobre isso a outras pessoas, o que pode originar perda de clientes em potencial.

Os pontos-chave para lidar com uma reclamação incluem:

- › Escutar cuidadosamente a reclamação sem interromper.
- › Mostrar que compreendeu.
- › Desculpar-se.
- › Procurar uma solução.

É importante não levantar sua voz ou discutir com o cliente. Observe como outra pessoa de sua equipa lida com estes assuntos e consulte o gerente.

Lembre-se de que quando as pessoas estão zangadas, frequentemente insultam. Não tome os insultos de forma pessoal ou faça retaliações, deve agir profissionalmente.

Lidar com reclamações exige que tenha paciência e que mantenha as outras pessoas tranquilas em redor.

RECUSAS DE SERVIÇO

Tal como nas reclamações, ao recusar um serviço a um cliente, deverá fazê-lo de forma profissional e com respeito. A recusa perfeita não deverá ser notada por ninguém.

- › Aproxime-se tanto quanto possível.
- › Exponha a lei.
- › Desculpe-se.
- › Deixe o cliente saber que será sempre bem-vindo, quando puder comprovar a sua idade, por exemplo, ou forneça qualquer outra informação apropriada à situação.

Não será apropriado recusar serviço às pessoas até ter alguma experiência. Converse com o seu gerente caso não se sinta seguro e aprenda como é que este lida com este tipo de situação.

Se um cliente estiver zangado, tente tranquilizá-lo, fale baixo e calmamente. Se as pessoas ou o local estiverem ameaçados, pode ser necessário chamar a polícia. Mantenha os seus colegas informados e o gerente tomará a decisão apropriada.

Lembre-se de que quando uma pessoa está embriagada, o seu cérebro está afetado pelo álcool, o que significa que estará menos inibida e mais inclinada a sentir raiva, assim como a dizer ou fazer coisas que normalmente não faria. O indivíduo pode ter também mais dificuldade em compreender o que está a dizer. É especialmente importante falar clara e lentamente - pode precisar de repetir várias vezes a mesma coisa. Tente não ficar irritado ou impaciente.

Plano de gestão de conflitos/problemas

Ter um plano para situações de agravamento dos conflitos pode envolver a comunicação do problema a outro membro da equipa e a possibilidade de chamar a polícia.

SITUAÇÕES QUE ENVOLVEM POTENCIAIS PROBLEMAS

É impossível prever tudo o que pode causar problemas, mas existem alguns cenários óbvios que podemos ver em pormenor:

Grandes grupos de solteiros e do mesmo sexo

Em alguns tipos de situações, devido à “atmosfera de festa” e à dinâmica do grupo, as pessoas solteiras de um único sexo frequentemente começam a beber em excesso, ficando agitadas, o que pode também incomodar os outros clientes. Como lidar com eles?

- › Converse com o grupo assim que chegarem e anuncie as regras estabelecidas. Por exemplo, nada de brincadeiras que envolvam o consumo rápido de álcool e barulho. Deixe claro que podem divertir-se sem ficarem embriagados.
- › Construa uma relação assim que estes cheguem ao local, desta forma facilitará o diálogo – descubra o que estão a celebrar.
- › Se possível, separe uma área reservada para evitar que o grupo perturbe os outros clientes.
- › Identifique o líder e torne-o responsável pelo comportamento do grupo.
- › Tome atenção à quantidade de bebidas ingeridas.
- › Fale com os indivíduos no bar.
- › Deixe claro que se uma pessoa vier a causar problemas, terão todos de ir embora.

Discussões entre casais

São frequentemente as mais difíceis de avaliar. Um casal entra no estabelecimento e parece contente, quando de repente acontece uma desavença. Mesmo que não possa ouvir as conversas, é fácil notar quando existe hostilidade entre companheiros ou amigos.

- › Vá até a mesa e pergunte se está tudo bem. O facto de ter dado atenção e ter notado já é suficiente para que a maioria se acalme ou vá embora.
- › Se persistirem e/ou falarem mais alto, terá de voltar a perguntar se estão bem.
- › Sugira que este não é o local correto para desavenças/discussões.
- › Informe-os de que se não puderem deixar de lado este assunto, terão de partir.
- › Permaneça sempre imparcial.
- › Não personalize a situação, declare que é o seu trabalho/regras da casa e que nada ali é pessoal.

Jogos/desportos

Todos os jogos têm um vencedor e um vencido. Esta situação frequentemente leva a que uma pessoa possa ficar aborrecida. Em estabelecimentos onde os clientes estão a participar em jogos como “dardos”, existe também a preocupação adicional de poderem ser usados como “armas em potencial”.

Para ajudar a reduzir potenciais problemas:

- › Como as regras podem diferir de área para área, tenha um conjunto de regras da casa para todos os jogos.
- › Crie um sistema justo de regras, como, por exemplo, "quem toma nota"/"quem é o próximo".
- › Assegure-se de que a área seja apoiada por alguém da equipa de trabalho, de forma a identificar quaisquer problemas em potencial.
- › Disponha de um sistema de depósito, ou algum outro método parecido, para colocar todos os dados a fim de que estes sejam devolvidos após o fim de cada jogo.

Linguagem do corpo

Este tópico pode ser muito útil para ajudar a identificar problemas e também para saber como lidar de forma eficaz. A tabela abaixo mostra quais são os sinais que mostram quando alguém fica com um perfil mais agressivo. Tem igualmente de prestar atenção à sua própria linguagem corporal. Ao lidar com uma determinada situação, tem de ser assertivo se quiser que as pessoas façam o que diz.

LINGUAGEM CORPORAL	AGRESSIVO (Zangado)	ASSERTIVO (Em Controle)	PASSIVO ("Fraco")
POSTURA	Inclinado para a Frente	Vertical/Direito	Encolhido
CABEÇA	O queixo sobressai	Firme, não rígido	Cabisbaixo
OLHOS	Fortemente atento, a olhar fixamente, frequentemente, em contacto de olhar penetrante.	Bom contacto visual (olhos nos olhos).	Olhar longínquo ou para baixo, pouco contacto visual.
FACE	Fixo ou firme	A expressão ajusta-se às palavras	Sorridente até ficar aborrecido
VOZ	Alta e enfática	Bem modulada para se ajustar ao conteúdo	Hesitante ou suave. Diminui o tom de voz no final das palavras ou frases
BRAÇOS/MÃOS	Mãos nas ancas, punhos, gestos intensos, a apontar.	Relaxado/move-se facilmente/aberto	Sem alvo/quieto
MOVIMENTO/CIRCULAÇÃO	Lento e a tropeçar ou a andar rapidamente, de forma premeditada	Passo adequado de acordo com a situação	Lento e hesitante ou rápido e acelerado.

Como obter bons resultados

Não é fácil que tudo corra na perfeição, contudo deve tentar ser assertivo, e não agressivo ou passivo.

Mas não desista. Se pensar cuidadosamente no tom de voz, nos movimentos e tiver um perfil tranquilo, as coisas certamente tenderão a correr bem.

Distância

Está ciente de que cada pessoa delimita uma área de "espaço pessoal" ao seu redor. Se um estranho se aproximar demasiado a sua presença será pouco confortável. Em situações de conflito, estar muito próximo pode ser visto como uma ameaça. Como tal, mantenha uma distância considerável da pessoa com quem fala. Lembre-se também que os indivíduos de países ou culturas diferentes podem preferir uma área pessoal diferente da sua, ou seja, de que podem gostar de estar mais perto ou mais longe daquilo a que está acostumado.

Algum tipo de barreira, como uma mesa, também ajuda a manter esta distância. O bar ou o balcão, propriamente dito, é uma barreira. Pode achar que se sente mais confortável ao falar com as pessoas quando está por trás do bar ou do balcão, do que quando está do lado de fora. Isto ocorre porque a barreira física também age como uma barreira psicológica.

REAGIR FACE AOS PROBLEMAS

A maior parte dos conflitos pode ser prevenida ou controlada logo de início, mas se uma situação chegou a um ponto de tensão antes de estar presente para auxiliar, poderá ser muito mais difícil. Lembre-se da sua própria segurança e da segurança dos outros:

- › Mantenha-se calmo e tente controlar a velocidade dos acontecimentos.
- › Tente descobrir qual o problema, com a certeza de que ouvirá toda a história.

Em inglês, há uma palavra própria para identificar as medidas que devem ser tomadas em situações como esta: **REACT**, ou seja, **REAGIR**. Cada uma das letras iniciais desta palavra faz referência a uma atitude específica que deve ser tomada.

R - Request (PEÇA)

Ou seja, peça para se acalmarem ou saírem.

E - Explain (EXPLIQUE)

Tente explicar que o comportamento é inaceitável, assim como qualquer regra ou lei que tenha sido infringida.

A - Appeal (APELE)

Peça "por favor" e diga coisas como: "certamente não quer arranjar-me problemas", "se continuar assim, não poderei servi-lo" ou "não quero chamar a polícia, mas terá de ser assim se não recuar".

C - Confirm (CONFIRME)

Se os clientes continuarem a recusar parar, repita e confirme novamente as consequências. Pergunte se existe qualquer coisa que possa fazer para que parem.

T - Take action (TOME UMA ATITUDE)

Aqui, terá que pedir que os clientes saiam. Se se recusarem, terá que chamar a polícia. A força física é o último recurso e nunca deverá ser usada se estiver sozinho. Encaminhe as pessoas até a porta, mas seja cuidadoso sobre usar qualquer força, estando ciente de sua própria segurança.

Logo que o problema acabe, é importante que se desculpe perante os outros clientes por qualquer interrupção ocorrida e assegure que tudo voltou ao normal. Reconheça que passou por uma situação difícil e faça um intervalo, se possível, para recuperar a sua própria compostura.

É também uma boa prática registar o incidente, com precisão, enquanto as informações ainda são recentes.

REGISTAR OS INCIDENTES

Deve registar todos os incidentes por vários motivos:

- › Pode ser usado como uma ferramenta de aprendizagem e auxiliar na comunicação entre o pessoal e a gerência.
- › Oferece uma informação precisa para a polícia, a empresa ou para efeitos de seguro.
- › Previne que incidentes semelhantes voltem a repetir-se.

O registo deve incluir o seguinte:

- › Data.
- › Hora.
- › O que aconteceu.
- › Quem estava envolvido.
- › Como foi solucionado.
- › Se polícia foi chamada.
- › Pode também desejar registar os nomes de qualquer testemunha e contacto telefónico ou e-mail.

EMPREGADOS/VENDEDORES QUALIFICADOS

Um empregado/vendedor plenamente qualificado poderá trabalhar como parte de uma equipa e oferecer um serviço eficiente que faça os clientes sentirem-se bem-vindos. Isto contribuirá para os bons padrões de um estabelecimento, assim como criará uma atmosfera positiva, deixando os clientes cientes de que um comportamento indevido não será tolerado.

Os empregados terão de assumir as suas responsabilidades legais, assim como pensar nas suas responsabilidades sociais.

Na recusa de um serviço ou numa situação de conflito precisará de muita paciência. Tente aprender com os seus colegas mais experientes e observe o que eles fazem e dizem nestas situações. A prática irá ajudá-lo a lidar melhor com isso. Ler estas informações será um bom ponto de partida, mas colocá-las em prática e aprender com os seus sucessos e fracassos será a próxima etapa!

RESUMO/PONTOS DE AÇÃO

1. Escreva três frases-chave que possa utilizar quando precisar de recusar um atendimento a um menor de idade.
2. Escreva três frases-chave que possa utilizar quando tiver que recusar um atendimento a um indivíduo embriagado.
3. Fale com amigos e colegas sobre as situações sobre as quais não conseguiu controlar, e pergunte como lidaram com situações semelhantes. Teria tido outras atitudes depois de ter lido este manual?
4. Faça um livro de incidências no seu local de trabalho ou saiba onde este se encontra.





05

MAIS INFORMAÇÕES

Outras informações sobre álcool e responsabilidade social:

www.alcohol-focus-scotland.org.uk

www.talkaboutalcohol.com

www.alkoholdebatt.se

www.icap.org

www.efrd.org

www.drinkaware.co.uk

www.fhi.se/alkohol/ansvarsfull

www.alcohol.org.nz

www.who.int

Outras informações sobre boas práticas e capacidades pessoais:

www.beda.org.uk

www.portman-group.org.uk

www.icap.org.uk

Agradecimentos:

Este guia foi elaborado por uma equipa do programa Alcohol Focus Scotland's ServeWise sob contrato com o International Center for Alcohol Policies (Icap) e do European Forum for Responsible Drinking (EFRD). ServeWise é o maior fornecedor dentro da área de formação socialmente responsável, área comercial, na Escócia. Esta entidade trabalha com inúmeros responsáveis, incluindo administradores da área de licenciamento, solicitadores, organizações locais, polícia, equipa de prevenção regulação do consumo de álcool e formação, tais como Universidades locais e organizações privadas de formação. A equipa de elaboração do manual incluiu Linda Bowie (ServeWise Manager), Joanne Worrall (ServeWise, Responsável de Formação e Informação) e Mary Ellmers (National ServeWise Manager). Este guia e o guia de acompanhamento ao vendedor foram revistos por Jim Peters (Responsável pelo Hospitality Institute, EUA) e Eicholtz Rob (Horeca Branche Instituut, Holanda).

Desenvolvido por Guilherme Andrade
guilhermefandrade@gmail.com
Créditos: www.freepik.com

Como citar este guia: International Center for Alcohol Policies (ICAP) & European Forum on Responsible Drinking (EFRD). (2008). Responsible service of alcohol: A trainer's guide. Washington, DC: International Center for Alcohol Policies.

Texto escrito conforme o Acordo Ortográfico.

