Servicio responsable de alcohol: Manual del camarero

[Spanish translation of *Responsible Service of Alcohol: A Server's Guide*]

ICAP International Center for Alcohol Policies
Analysis. Balance. Partnership.

EFRD
EUROPEAN FORUM FOR RESPONSIBLE DRINKING

Prefacio

"Este Manual[1] del camarero junto con el Manual de capacitación que lo acompaña proporcionan información que combina habilidades útiles, responsabilidades legales y sociales y las prácticas más adecuadas para lograr un servicio responsable de alcohol en las industrias de la hospitalidad y los comercios minoristas. Las personas que accedan a estos manuales podrán conocer las leyes y sus responsabilidades legales, promover la responsabilidad social dentro de las comunidades donde trabajan y estimular la implementación de las prácticas más adecuadas dentro de sus respectivas profesiones.

Todos los miembros del personal de las industrias de la hospitalidad y comercios minoristas deben valorar y comprender sus responsabilidades en relación con el alcohol, entender la manera en que éste afecta el cuerpo y conocer los beneficios y riesgos asociados con el consumo de alcohol. Estos manuales son el primer paso en el camino del aprendizaje y proporcionan las herramientas necesarias a médicos y legisladores para que comprendan la importancia de su rol a la hora de asegurar un servicio responsable de alcohol".

Brett Bivans, Centro Internacional para las Políticas sobre el Alcohol (International Centre for Alcohol Policies)

Introducción

El objetivo de este manual es cubrir las responsabilidades y leyes fundamentales que todo miembro del personal que sirve bebidas alcohólicas debe conocer. Esto puede ocurrir en un ámbito supervisado, donde la bebida alcohólica se vende y el cliente la bebe allí mismo o en un ámbito no supervisado, donde la bebida alcohólica se vende y el cliente la lleva para beber en otro sitio.

Desde luego, esto tendrá relevancia para otras personas que están en contacto con bebidas alcohólicas como parte de su trabajo en las industrias de la hospitalidad o comercios minoristas.

A lo largo de todo el manual verá el símbolo. Éste indica que usted deberá consultar las normas o leyes correspondientes a su país o lugar de trabajo.

Otro símbolo, . Éste indica que usted deberá consultar las normas o leyes correspondientes a su país o lugar de trabajo.

La venta de bebidas alcohólicas requiere muchas habilidades e implica responsabilidades legales; es decir, las cosas que debe realizar como parte de su trabajo a fin de cumplir con las leyes. También debe tener en cuenta sus responsabilidades sociales; es decir, las tareas que debe llevar a cabo para manejar un buen negocio y

[1] **Agradecimientos:** Esta guía ha sido elaborada por un equipo del programa ServeWise de Alcohol Focus Scotland en virtud de un contrato con el Centro Internacional de Políticas sobre el Alcohol (ICAP) y el Foro Europeo sobre Consumo de Alcohol Responsable (EFRD). ServeWise es el proveedor más importante de capacitación sobre responsabilidad social para el comercio bajo licencia en Escocia. Trabaja con una gran variedad de interesados clave, incluidos los miembros del consejo de autorizaciones, procuradores, organizaciones de comercio con licencia, la policía, equipos de acción sobre el alcohol y proveedores de capacitación, tales como centros locales de formación profesional y organizaciones privadas de capacitación. El equipo de redacción incluye a Linda Bowie (Gerenta de ServeWise), Joanne Worrall (Funcionaria de Capacitación e Información de ServeWise) y Mary Ellmers (Gerenta Nacional de ServeWise). La presente guía y la guía adjunta para el Personal de Capacitación han sido revisadas por los pares Jim Peters (Instituto de Hospitalidad Responsable, EE.UU.) y Rob Eicholtz (Horeca Branche Instituut, Holanda)

lograr un impacto positivo en su comunidad.

El servicio de bebidas alcohólicas implica diferentes aspectos:

- Cumplir el rol de “oficial de policía” para asegurar que nadie viole la ley
- Cumplir el rol de vendedor, con un vasto conocimiento sobre sus productos
- Cumplir el rol de empleado de limpieza para asegurarse de que su establecimiento esté limpio y ordenado
- Cumplir el rol de buen anfitrión para crear un ambiente cordial
- Cumplir el rol de oficial de seguridad, teniendo en cuenta el bienestar de los clientes y procurando la disminución de los riesgos

El tema principal de este manual de ejercicios es “servicio responsable de alcohol”, pero ¿qué significa esto?

Las bebidas alcohólicas generalmente se consumen de manera responsable, pero pueden causar mucho daño si ocurre lo contrario. Por consiguiente, es muy importante que se vendan intentando reducir al mínimo cualquier daño. Esto implica tener en cuenta a la persona a quien se vende alcohol, la cantidad que se vende y el bienestar del cliente. En muchos países se han promulgado leyes que ayudan a clarificar el tema. Existen también muchas prácticas recomendables que pueden adoptarse.

Índice

Sección 1: Ley de venta de alcohol **Página 4**

Alcohol comercial y no comercial Página 4
Autorización para la venta Página 4
Horarios permitidos Página 4
La edad y el alcohol Página 5
Otras obligaciones e infracciones Página 6
¿Cuándo una persona está ebria? Página 6
Drogas Página 7
¿Qué sucede si se viola una ley? Página 8
Resumen y líneas de acción Página 9

Sección 2: El alcohol **Página 10**
El alcohol y el cuerpo Página 11
Graduación de las bebidas alcohólicas Página 14
Cantidad que se puede servir Página 15
El alcohol y la conducción Página 16
Cómo desembriagarse Página 17
Alcohol y estilo de vida Página 18
Resumen y líneas de acción Página 19

Sección 3: Cómo crear la atmósfera adecuada **Página 20**

Factores de protección y de riesgo en bares Página 21
Cumplimiento de las normas Página 22
Política del establecimiento o tienda Página 23
Prevención de delitos y disturbios Página 23
Práctica recomendable para la hora de cierre de bares Página 26
Hospitalidad responsable y VIH/SIDA Página 28
Resumen y líneas de acción Página 29

Sección 4: Habilidades en el trato con clientes **Página 30**

Prevención de conflictos Página 30
Quejas y denegación de servicio Página 31
Posibles situaciones problemáticas Página 32
Cómo reaccionar ante un problema Página 35
Registro de incidentes Página 36
Camareros eficientes Página 36
Resumen y líneas de acción Página 36

Más información **Página 37**

Sección 1: Ley de venta de alcohol

La ley de venta de alcohol es el conjunto de reglamentaciones legales de cualquier país (o estado) que regula la venta de alcohol. Generalmente, ésta define quién puede vender alcohol y dónde, así como cuándo y a quiénes puede venderse. En términos generales, el propósito subyacente de la ley de venta de alcohol es actuar como protección ante cualquier posible daño al orden público o la salud pública. Esto a veces se encuentra establecido en la ley.

Alcohol comercial y no comercial

Las leyes de venta de alcohol por lo general rigen en todas las situaciones donde se venden o distribuyen bebidas alcohólicas. El alcohol puede producirse de manera comercial o no comercial. Entre las bebidas alcohólicas que se producen comercialmente se incluyen todas las marcas y bebidas conocidas, muchas de las cuales se encuentran disponibles en todo el mundo, así como también las bebidas producidas a nivel nacional o local. Entre las bebidas alcohólicas que no se producen comercialmente se incluyen las bebidas destiladas, como el *samogon* de Rusia, la *cacha* de Brasil, el *gongo* de Tanzania, el *kachasu* de Zambia y el *pálinka* de Hungría. También se incluyen las bebidas similares a la cerveza, como la cerveza de banana o de sorgo o el pulque mexicano, que se elabora a partir del jugo de agave. El vino casero es un ejemplo común y tradicional de bebida alcohólica no comercial.

Si bien muchas de estas bebidas son de alta calidad, se ha vinculado a muchas de ellas con problemas graves de salud, ya que suele resultar difícil implementar un adecuado control del contenido de alcohol y asegurar la pureza del producto.

Autorización para la venta

La mayoría de los países que cuentan con restricciones respecto de quiénes son las personas a las que se puede vender bebidas alcohólicas también incluyen limitaciones en relación a quiénes pueden venderlas.

Para vender bebidas alcohólicas puede ser necesario obtener un permiso o licencia.

La licencia puede simplemente permitir la venta de alcohol, como sucede en algunas partes de África, o puede ser extremadamente detallada, como ocurre en gran parte de Europa y América del Norte. Por ejemplo, en Escocia existen diferentes clases de licencias según el tipo de venta que se desee efectuar y en qué ámbito; es decir, una licencia de restaurante permite la venta de bebidas alcohólicas en un establecimiento donde las personas se sientan a comer y la bebida alcohólica es un complemento, por citar un ejemplo.

Consulte cuáles son las leyes vigentes en su país relativas a la venta de bebidas alcohólicas en la dependencia gubernamental correspondiente (como la autoridad reguladora, el departamento de industria y comercio o el ministerio de salud).

Horarios permitidos

En los lugares donde se requiere una licencia, generalmente existen restricciones respecto de los horarios en que se puede vender bebidas alcohólicas. Es ilegal vender alcohol fuera de los horarios establecidos por ley.

Los horarios pueden variar según el tipo de licencia que tenga; es decir, si vende bebidas alcohólicas para consumir dentro del establecimiento o fuera de él e incluso si vende comida para llevar junto con la bebida alcohólica.

Usted puede solicitar a su gerente o a la dependencia gubernamental correspondiente (algunas veces llamada Departamento de licencias para la venta de bebidas alcohólicas) que le proporcionen información sobre las leyes relativas a los horarios de venta de bebidas alcohólicas.

La edad y el alcohol

En la mayoría de los países está prohibida la venta de bebidas alcohólicas a los menores de 16 ó 18 años. Por ejemplo, en Italia la edad límite es 16 años, en Hungría 18 y en los Estados Unidos, 21.

Algunas veces, la edad mínima varía según se tome la bebida alcohólica en un café o se la compre en una tienda. En Suecia la edad límite es 18 años si se la consume en restaurantes y 20 si se la compra en tiendas, y en Dinamarca es 18 años en bares y restaurantes, y 16 en tiendas.

En algunos países la edad permitida cambia según la graduación de la bebida alcohólica. En Finlandia la edad legal es 18 años para la compra en tiendas de bebidas alcohólicas que tengan un máximo de 22% de alcohol por volumen y 20 años para las bebidas que superen esta graduación.

En otros lugares, la edad permitida varía según la persona esté acompañada o no de un adulto responsable como su padre, madre o cónyuge.

La razón por la cual se establece una edad legal es que el alcohol puede ser muy peligroso para los jóvenes. Esto se debe a que generalmente carecen de experiencia en el consumo de bebidas alcohólicas y sus órganos internos no han terminado aún de desarrollarse, por lo que una pequeña cantidad puede producir un efecto mucho mayor a lo que produce en los adultos.

Solamente en Inglaterra cerca de 21,700 personas, entre las que se incluye una gran proporción de jóvenes, ingresan a los hospitales cada año a causa de intoxicaciones por alcohol.

Si existen restricciones en cuanto a la edad para la venta de bebidas alcohólicas, entonces es necesario asegurarse también de controlar la edad de la persona a quien se está sirviendo. En la mayoría de los países, el personal puede corroborar este dato simplemente solicitando una identificación que sea reconocida a nivel nacional. No obstante, en ciertos países como Bélgica y Francia, esta tarea sólo puede realizarla un funcionario. En Francia, únicamente la policía y los representantes del orden público pueden solicitar algún tipo de identificación. Si tiene dudas sobre la edad de una persona, no debe servirle bebidas alcohólicas. En la "**Sección 4: Habilidades en el trato con clientes**" encontrará más información sobre cómo manejar situaciones en las que debe negarse a servir bebidas alcohólicas a un cliente.

Consulte cuál es la edad mínima para vender bebidas alcohólicas de manera legal en su país o localidad.

En algunos países también existen restricciones en relación con la edad de las personas que venden bebidas alcohólicas.

Consulte cuál es la edad mínima que debe tener para vender bebidas alcohólicas de manera legal en su país o área local.

Otras obligaciones e infracciones

En su condición de persona que vende bebidas alcohólicas es posible que tenga muchas más responsabilidades, además de controlar la edad de la persona a quien le vende bebida.

Servir bebidas alcohólicas a una persona que ya está borracha también se considera una infracción en la mayoría de los países. Cuando una persona ha consumido alcohol y es evidente su estado de ebriedad, su buen juicio se ve afectado. Por consiguiente, es responsabilidad del camarero, y no del consumidor, decidir si se le puede servir alcohol a esa persona.

¿Cuándo una persona está ebria?

Puede ser difícil darse cuenta cuándo una persona está ebria, y la cantidad de alcohol consumido variará según la persona. La legislación de Finlandia utiliza la siguiente definición para el término *ebrio*: “persona que se comporta de manera perturbadora o que está evidentemente borracha”. Una ley de Dinamarca establece que “no se puede servir alcohol a una persona que está ebria, si ésta supone un peligro para sí misma o su entorno".

Para comprender cómo el alcohol afecta a las personas, lea la **“Sección 2: El Alcohol”**.

Solicite a su gerente o a la autoridad reguladora correspondiente que le proporcionen información sobre cuáles son las leyes vigentes en su país o localidad relativas a la venta de bebidas alcohólicas a una persona ebria.

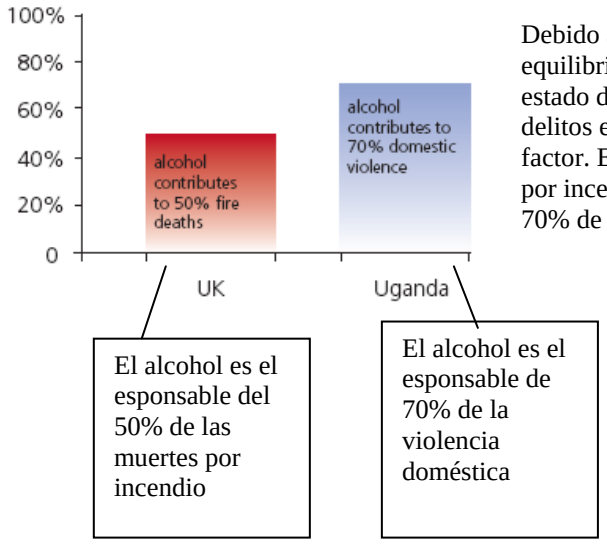
A fin de cumplir con estas leyes, es posible que sea necesario negarse a brindarle servicio a alguna persona. Aun cuando no esté estipulado por la ley es aconsejable evitar la ebriedad, ya que puede ocasionar problemas:

Riesgos para el personal y la empresa

• Es más difícil tratar con clientes ebrios
• Siempre hay más suciedad que limpiar (derrames, roturas, vómitos, etc.)
• Más desorden; las discusiones desembocan en agresión y violencia mucho más rápido
• El personal corre más riesgo de sufrir daños
• Aumento de los costos del establecimiento a causa del reemplazo de artefactos y accesorios
• Aumento de los costos relacionados con la contratación de personal: se necesita más personal para que se ocupe del desorden, es posible que haya una mayor rotación de personal
• El establecimiento se hace una reputación, lo que a su vez atrae a más personas revoltosas y desplaza a los clientes de buen comportamiento
• Visitas más frecuentes por parte de la policía, lo que pone en riesgo la licencia

Riesgos para los clientes

• Los clientes ebrios están expuestos a un mayor riesgo cuando regresan a su hogar; ya sea que vuelvan conduciendo, a pie o en transporte público, dado que son más vulnerables a sufrir ataques o un accidente.



Debido a que la ebriedad afecta el equilibrio, el buen juicio y a veces el estado de ánimo, hay muchos accidentes y delitos en los que el alcohol es el principal factor. Esto incluye el 50% de las muertes por incendio en el Reino Unido (UK) y el 70% de la violencia doméstica en Uganda.

Drogas

Las leyes no regulan solamente la venta y el consumo de bebidas alcohólicas. Es posible que también impongan obligaciones legales respecto de otras drogas. En muchos países éstas pueden obtenerse de manera legal o ilegal en los lugares donde se venden bebidas alcohólicas. A continuación, analicemos algunas de ellas más detenidamente:

Tabaco – algunos países tienen una veda o leyes que prohíben fumar en determinados lugares, y muchos sólo permiten la venta de tabaco a personas mayores de cierta edad. En Irlanda es ilegal fumar en espacios públicos cerrados o lugares de trabajo, como bares o restaurantes.

Marihuana – las leyes relacionadas con esta droga varían ampliamente; desde estar legalizada en algunos establecimientos (tal como en Holanda) hasta ser completamente ilegal y su uso implicar un delito penal (tal como en Finlandia).

Cocaína, heroína, éxtasis etc. – como se mencionó anteriormente, es posible que existan leyes que regulan el uso y la venta de estas drogas. Muchos establecimientos que venden bebidas alcohólicas también tienen la responsabilidad legal de asegurar que estas drogas no se encuentren disponibles ni se usen adentro de los mismos. Si no se cumple con esta responsabilidad, se corre el riesgo de perder la licencia para prestar servicios. Asegúrese de conocer los signos que indican que una persona está usando drogas como éstas e informe acerca de cualquier sospecha a su empleador.

Consulte cuáles son las leyes relativas a las drogas mencionadas en esta sección.

¿Qué sucede si se viola una ley?

En los países donde es ilegal vender alcohol a personas menores de cierta edad, es posible que existan multas y en algunos casos, como en Bélgica, condenas a prisión por violar la ley. También puede dar lugar a la pérdida de la licencia para la venta de bebidas alcohólicas, como sucede en Suecia.

De igual manera, en los países donde es ilegal servir bebidas alcohólicas a una persona ebria, la violación de la ley puede implicar multas, advertencias, pérdida de la licencia o arresto.

Consecuencias de la venta de bebidas alcohólicas a menores de edad

País	**Consecuencias**
Austria	Multas cercanas a los €2,200
República Checa	Multas al vendedor y consecuencias penales
Estonia	Multas, retiro de la licencia y otras sanciones según la contravención; por ej., infracción de 1.er o 2.do grado
Finlandia	Advertencia escrita, restricción a la licencia que limita las horas de servicio, retiro de la licencia por un determinado período o de manera permanente, multas y hasta 2 años de prisión
Alemania	Multas y pérdida de la licencia
Irlanda	En la condena el tribunal debe imponer lo siguiente; infracción de 1.er grado: €1270 y cierre del establecimiento por un lapso de hasta 7 días; infracción de 2.do grado e infracciones subsiguientes: €1905 y cierre del establecimiento por un lapso de hasta 30 días. Luego de 3 anotaciones se pierde la licencia. Una vez que un establecimiento pierde la licencia, ya no puede recuperarla
Italia	Hasta 1 año de prisión
Países Bajos	Multas.
España	Multas.
Suiza	Multas y pérdida de la licencia por un período limitado
Inglaterra y Gales	Multa de £1,000

Según el país y las circunstancias, estas consecuencias pueden recaer en el camarero, el titular de la licencia o ambos.

A fin de probar que usted cumple con las leyes, se recomienda mantener registros que muestren los sistemas que tiene en funcionamiento:

1. Capacitación y registros de capacitación

Se recomienda a los empleadores que demuestren que sus empleados han recibido la capacitación correspondiente relativa a las leyes y se les ha solicitado que consignen su firma para indicar que han comprendido estas leyes o han realizado una evaluación para demostrar sus conocimientos.

2. Diario de incidentes

Se aconseja registrar todo incidente que se presente, como discusiones o riñas, de modo tal que pueda identificarse cualquier problema y así evitar que se repita. Esto también proporciona una imagen precisa para la comunicación dentro de la empresa y la transmisión de información a las autoridades que puedan necesitarla.

El diario actual debe estar en un lugar conveniente y todos deben saber dónde encontrarlo. Los diarios anteriores deben archivarse en caso de que sean necesarios en un futuro como recurso en acciones judiciales.

3. Libro de denegaciones

Éste es el libro donde se registran todas las ocasiones en que ha sido necesario denegarle el servicio a un cliente porque era menor de edad, estaba ebrio u otra razón. Posteriormente, el gerente debe firmar este libro de registro para demostrar que se está cumpliendo con la ley. También ayuda a crear una imagen para identificar los patrones de problemas.

4. Política de edad

A menudo se piensa que no basta con sólo pedir una identificación a aquellas personas que parecen no tener la edad necesaria, ya que de esta forma es posible que se pase por alto a algunas personas menores de edad. Por lo tanto, cuando la edad legal es 18 años, muchos países optan por controlar la identificación de todos los clientes que aparentan tener menos de 21 años, lo que da un margen de 3 años de edad. Algunos países aplican un margen de entre 5 y 10 años como política de seguridad al controlar la edad. Esto asegura que no se le sirva alcohol por error a ninguna persona menor de edad porque aparente más edad de la que realmente tiene.

Resumen y líneas de acción

1. Consulte qué dice la ley sobre quiénes son las personas autorizadas para vender bebidas alcohólicas en su país o localidad

2. Consulte cuáles son los horarios legales de venta para su lugar de trabajo en particular

3. Consulte cuáles son las restricciones de edad en su país respecto de la venta de bebidas alcohólicas

4. Consulte cuáles son las leyes referidas a la venta de bebidas alcohólicas a personas ebrias

5. Consulte cuáles son las leyes referidas a la venta de tabaco, marihuana y otras drogas

6. Consulte cuál es la pena si se viola la ley de venta de alcohol

7. Pregunte a sus colegas o a su empleador cuáles son las políticas y los sistemas en su entorno de trabajo destinados a demostrar que se está cumpliendo con la ley.

8. Gerentes - revisen sus sistemas y analicen con su personal cualquier mejora que pueda implementarse para optimizar las medidas preventivas

Sección 2: El alcohol

En la mayoría de los países el alcohol se encuentra tan fácilmente disponible que muchas personas se olvidan de que es en realidad una droga depresora. Esto no significa que por tomar alcohol usted se va a sentir abatido o deprimido. Significa que el alcohol deprime las funciones cerebrales. Esto, a su vez, produce cambios en el comportamiento de las personas. Debido a su capacidad para alterar la mente y otros posibles efectos perjudiciales para el cuerpo cuando se lo consume de manera irresponsable, se lo considera una droga bastante peligrosa y ésa es la razón por la que se controla su venta.

A medida que las personas beben alcohol es posible observar cómo su comportamiento va cambiando.

- Comienzan a hablar en voz más alta y se sienten más seguras de sí mismas, ya que pierden sus inhibiciones
- Algunas personas pueden comenzar a articular mal las palabras
- Algunas pueden comenzar a perden la estabilidad al estar de pie
- Otros sentidos pueden verse afectados, entre ellos la visión, lo que produce dificultad para calcular las distancias

Si una persona ebria continúa bebiendo, pueden producirse efectos muy graves. Las funciones automáticas comienzan a verse afectadas (corazón, pulmones). Esto se conoce como intoxicación por alcohol y hace que las personas pierdan el conocimiento. Una persona inconsciente puede morir ahogada por causa de su propio vómito. Una persona también puede morir debido a una intoxicación severa por alcohol, es decir, por tener demasiado alcohol en el torrente sanguíneo.

Es importante conocer los primeros síntomas de ebriedad y negarse a atender a los clientes en ese estado antes de que terminen totalmente ebrios.

Debido a que el alcohol desmejora las funciones físicas y mentales, mientras más beba una persona, menos capacidad tendrá de tomar las decisiones adecuadas. Por esta razón es el camarero, y no el cliente, quien debe decidir si la persona ya ha bebido lo suficiente.

El alcohol y el cuerpo

El alcohol está compuesto por pequeñísimas moléculas que son absorbidas por la sangre. Generalmente, este proceso tiene lugar en el intestino delgado, pero en teoría, si uno por ejemplo llena su boca con un sorbo de whisky sin tragarlo, el alcohol se absorbería de todas maneras en la sangre a través de las paredes de la boca. Las membranas celulares son altamente permeables al alcohol, por consiguiente una vez que éste ingresa al torrente sanguíneo puede diseminarse por prácticamente cualquier tejido del cuerpo. Esto significa que el abuso de alcohol puede dañar muchos órganos diferentes del cuerpo.

Generalmente, el alcohol se traga y va directamente al estómago. El estómago descompone los alimentos y las bebidas antes de que pasen al intestino delgado. Si no hay alimentos en el estómago, entonces el alcohol pasa más rápidamente al intestino delgado, donde se absorbe a través de la sangre. El alcohol circula por el cuerpo (a través de la sangre) hasta llegar al cerebro. Esto sucede aproximadamente en 5 minutos. Cuando el alcohol llega al cerebro, comienza a deprimir las funciones cerebrales, empezando por la parte del cerebro que controla la inhibición y el buen juicio.

Si hay alimentos en el estómago, entonces el alcohol se mezcla con ellos antes de pasar al intestino delgado. Esta mezcla disminuye el alcohol que se absorbe a través de la sangre. Tenga en cuenta que esto reduce la velocidad del proceso, pero no lo detiene. Finalmente, todo el alcohol consumido se absorberá a través de la sangre y viajará por el cuerpo, lo que afectará las demás funciones corporales.

El alcohol llega al hígado aproximadamente en 20 minutos. El hígado procesa el alcohol, es decir, lo descompone y neutraliza y posteriormente lo elimina del cuerpo. Generalmente, el hígado descompone el alcohol en una proporción aproximada de 8 gramos de alcohol por hora. Consulte la página 15, donde encontrará una guía para calcular la cantidad de gramos de alcohol de cada bebida.

La cantidad de alcohol en la sangre depende de la cantidad y el tipo de alcohol consumido, la velocidad con que se bebe, si hay o no alimentos en el estómago y otros factores. Los efectos inmediatos que produce el beber dependen de la cantidad de alcohol que llegue al torrente sanguíneo, es decir, la concentración de alcohol en la sangre (CAS). La CAS varía según el sexo, el peso, la composición corporal de la persona y la velocidad con que se bebe. Las mujeres son propensas a tener una CAS levemente superior a la de los hombres aunque beban igual cantidad, ya que tienen menos fluidos corporales para diluir el alcohol.

Una pequeña cantidad de alcohol (menos del 10%) se elimina del cuerpo a través de la orina, la respiración y la transpiración. El resto se oxida: esto significa que, al igual que los alimentos, se combina con el oxígeno de la sangre para liberar calor, energía o calorías. No obstante, si bien es cierto que el alcohol tiene cierto valor nutritivo, su calidad es deficiente debido a que no contiene vitaminas, proteínas ni otros nutrientes. Además, a diferencia de lo que sucede con los alimentos, el alcohol se metaboliza casi exclusivamente en el hígado. Esto significa que el hígado es una de las primeras partes del cuerpo que sufre los efectos perjudiciales de beber en exceso. El diagrama de la página siguiente muestra el paso del alcohol a través del cuerpo.

En resumen, esto significa en términos generales que al beber igual cantidad de alcohol:

- Las **mujeres** resultan más afectadas que los **hombres**
- Las personas de menor contextura física resultan más afectadas que las de mayor contextura
- Las personas con el estómago vacío resultan más afectadas que quienes han consumido una gran cantidad de comida

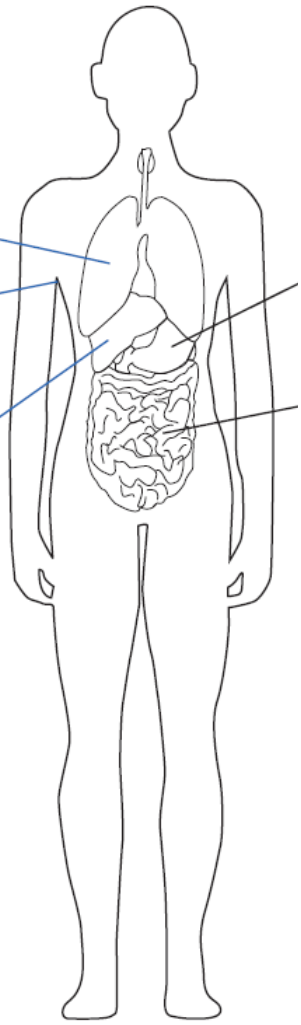
Y debido a que el cuerpo desarrolla tolerancia respecto del alcohol:

- Las personas que rara vez beben resultarán más afectadas que quienes beben con regularidad

Cómo se elimina el alcohol del cuerpo

Cómo ingresa el alcohol al cuerpo

El alcohol llega al cerebro a través del **torrente sanguíneo**



2 - 4% **Pulmones**

Aire expirado

2 - 6%

Glándulas sudoríparas

Transpiración

90%

Hígado

2 - 4%

Riñones

Orina

El alcohol es absorbido por el torrente sanguíneo a través de las **paredes del estomago**

El alcohol es absorbido por el torente sanguíneo a traves de las paredes del **intestino delgado**

Graduación de las bebidas alcohólicas

La graduación de las bebidas alcohólicas varía. Incluso dentro de una misma categoría, existen diferencias importantes entre las distintas bebidas. Por ejemplo, la cerveza puede variar de un 2% a cerca de un 9% de alcohol por volumen (APV). Además, muchas bebidas se mezclan con bebidas no alcohólicas o agua. A fin de que la medición sea lo más uniforme posible, la convención aceptada para estandarizar las bebidas se basa en los gramos de etanol absoluto. En la práctica esto significa que un vaso "estándar" siempre contendrá una determinada cantidad de etanol absoluto, independientemente de que se trate de cerveza, vino o una bebida destilada.

Sería conveniente que los consumidores pudieran acceder a "niveles de consumo de bajo riesgo". Sin embargo, los vasos estándar difieren según el país y su capacidad puede variar de 8 g a 13 g, y algunos países ni siquiera poseen un vaso estándar.

Conocer los riesgos y beneficios asociados potencialmente con el consumo de alcohol es una herramienta importante para evitar daños. Existen pautas que proporcionan una base sólida para tomar decisiones sobre el hábito de beber y permiten cambiar los patrones de consumo de bebidas alcohólicas, según sea necesario.

Las pautas oficiales sobre el consumo de alcohol son desarrolladas generalmente por el gobierno, el ministerio de salud u otro departamento responsable de las cuestiones relativas al alcohol. Consulte las pautas correspondientes a su país. Es posible que existan otras pautas, como las proporcionadas por las asociaciones médicas.

Algunos países han intentado implementar lineamientos para calcular mejor la cantidad de medidas estándar que contiene una bebida. Por ejemplo, en el Reino Unido (UK) los productores de bebidas alcohólicas han decidido voluntariamente especificar la cantidad de unidades según los lineamientos del Reino Unido contenidas en una bebida, en la que 1 unidad equivale a 8 gramos de etanol.

"Conocer los riesgos y beneficios asociados potencialmente con el consumo de alcohol es una herramienta importante para evitar daños."

No se puede presuponer que cada bebida, ya sea una bebida destilada de baja graduación, una copa estándar de vino o una botella de cerveza, está basada sobre un vaso estándar. La fórmula que aparece a continuación le permitirá calcular cuántos gramos de alcohol contiene una bebida si conoce la cantidad de bebida en mililitros (ml) y su graduación estimada en alcohol por volumen (APV). Por lo general ambos datos figuran en la etiqueta o el envase, y la graduación alcohólica habitualmente se expresa en forma de porcentaje. Como alternativa, usted mismo puede hacer este cálculo.

$$\frac{\{\text{Cantidad de bebida (ml) X Graduación de la bebida (APV)}\} \times 8}{1{,}000}$$

Bebida	Cantidad (g)
1 Pinta Imperial (568 ml) de cerveza rubia (4% de APV)	18.2g
Botella de 275 ml de bebida alcohólica saborizada (5% de APV)	11g
Botella de 330 ml de cerveza rubia de calidad superior (5% de APV)	13.2g
Whisky (medida de 35 ml, 40% de APV) y bebida cola	11.2g
Vodka o gin (medida de 25 ml, 37.5% de APV) y bebida tónica	7.5g
Vaso (175 ml) de vino (12% de APV)	16.8g
Vermut (medida de 50 ml, 15% de APV) y limonada	6 g

Es importante que usted ofrezca una amplia variedad de bebidas, entre ellas, algunas de menor graduación o sin alcohol, en diversas medidas

Cantidad que se puede servir

A fin de que las personas puedan contabilizar la cantidad de bebida que consumen, se recomienda usar medidas estándar al momento de servirla.

Algunos países, por ejemplo el Reino Unido, cuentan con una ley que establece que debe colocarse un cartel donde figure la medida aconsejada de vino o de las bebidas destiladas como vodka, ginebra, whisky y ron. En el Reino Unido el vino debe venderse en vasos de 125 ml, 175 ml o múltiplos de estas medidas, y las cuatro bebidas destiladas mencionadas anteriormente deben venderse en vasos de 25 ml o 35 ml, o bien múltiplos de estas medidas.

La cantidad de bebida que se puede servir puede variar según el tipo de bebida y su graduación. Para consultar cuáles son las leyes correspondientes a su país, comuníquese con el departamento gubernamental a cargo de las normas de comercialización y las licencias en su área.

Las medidas permitidas

Es posible que algunos países tengan leyes que rigen las promociones que pueden ofrecerse. Desde luego, en la mayoría de los países no se considera una práctica

recomendable la organización de promociones que alienten a beber una gran cantidad de alcohol en un período breve de tiempo, ya que esto puede fomentar la ebriedad y sus consecuentes problemas.

Consulte si existen en su país leyes o prácticas recomendables relativas a las promociones.

El alcohol y la conducción

La mayoría de los países cuenta con leyes relativas al alcohol y la conducción. Entre éstos, la medida de concentración de alcohol en la sangre (CAS) varía de 0.00% ("tolerancia cero") en Hungría y la República Checa a 0.02% en Noruega y Suecia y a 0.08% en Canadá, Nueva Zelanda, Reino Unido y EE. UU. En la mayoría de los casos, cuando existe un límite establecido, se utilizan alcoholímetros y muestras de sangre para calcular la concentración, pero en algunas ocasiones se llevan a cabo pruebas preliminares para evaluar el nivel de ebriedad, por ejemplo "caminar en línea recta", como sucede en algunos estados de los Estados Unidos.

Para consultar cuáles son las leyes relativas al alcohol y la conducción en su país, comuníquese con el departamento gubernamental que trata las cuestiones vinculadas con las infracciones de tránsito.

No caben dudas de que el alcohol afecta la capacidad para conducir de las personas. De hecho, el cuerpo comienza a sentir los efectos adversos a partir de niveles tan bajos como 0.02% de concentración de alcohol en la sangre (a veces expresada en 20 mg por 100 ml de sangre). Muchas personas se preguntan cuál es el límite de consumo de bebida para poder conducir de manera segura. Es imposible afirmar que una cierta cantidad de gramos de alcohol o una determinada cantidad de tragos lo mantendrán por debajo del límite establecido por el gobierno o asegurarán que usted pueda conducir de manera segura. Como ya hemos visto, la cantidad de alcohol en la sangre depende de la edad, el sexo, la medida, lo que se haya comido y muchos factores más. Esto significa que es imposible predecir el efecto exacto y, por lo tanto, el único nivel "seguro" consiste directamente en no beber alcohol antes de conducir.

Si un cliente manifiesta que debe conducir, los camareros en algunos países deberán enfrentar posteriormente responsabilidad legal si la persona sufre un accidente de tránsito y se determina que estaba ebria, como sucede en algunos estados de los EE. UU. Esto se conoce como "responsabilidad del camarero". Aun cuando éste no sea el caso en su país, todos tenemos una responsabilidad social. ¿Qué sucede si esa persona se retira del establecimiento, conduce de forma imprudente y mata a otra persona? Por ello es importante brindar a los conductores la información necesaria y ofrecerles otras alternativas, como bebidas no alcohólicas o con bajo contenido de alcohol. También se recomienda colocar carteles en los estacionamientos, incluir información sobre los servicios locales de taxis y horarios de autobuses y proporcionar materiales o detalles acerca de cualquier plan del conductor designado.

Cómo desembriagarse

Cuando se pregunta a las personas qué se debe hacer para desembriagarse o eliminar el alcohol del cuerpo, las respuestas son variadas. Sin embargo, la mayor parte de éstas son incorrectas y muchos de estos consejos pueden causar más daño aun. Analicemos a continuación algunas de estas respuestas:

Beber café - ⊗ **Incorrecto** - el café contiene cafeína, que es un estimulante; mezclar esta sustancia con alcohol, que es un depresor, puede ocasionar efectos secundarios perjudiciales.

Beber agua - ⊗ **Incorrecto** – si bien esto puede ayudar a rehidratar el cuerpo, el agua no tiene efecto alguno a la hora de eliminar el alcohol.

Vomitar - ⊗ **Incorrecto** – esto sólo eliminará el alcohol acumulado en el estómago y, dado que el alcohol se absorbe rápidamente en el torrente sanguíneo, esto no ayudará.

Dejar de beber y esperar - ✓ **CORRECTO** - no hay nada que pueda hacerse más que esperar a que el hígado procese el alcohol y lo elimine del cuerpo. Deben transcurrir cerca de 20 minutos desde que se ha comenzado a beber para que el hígado comience a procesar y eliminar el alcohol del cuerpo. De allí en más, el hígado procesa el alcohol a una velocidad regular de 8 g por hora.

La mejor manera de evitar la ebriedad es asegurarse de que la persona "mantenga un ritmo lento"; es decir, que beba a una velocidad inferior a la que necesita el cuerpo para descomponer el alcohol.

Alcohol y estilo de vida

La cantidad de población adulta que bebe alcohol varía según la cultura de cada país. En algunos países suele superar el 90%. El beber generalmente se asocia con momentos agradables como fiestas, eventos y celebraciones y habitualmente se usa como un "escape", por ejemplo al final de una semana dura de trabajo. Si se lo consume con moderación, en el momento y el lugar adecuados, el alcohol puede ser compatible con un estilo de vida saludable. Sin embargo, las personas que tienden a beber demasiado (ya sea compulsivamente o en exceso) tienen un riesgo más alto de desarrollar problemas de salud u otra índole.

Beber compulsivamente – beber demasiado durante una sesión de tragos La definición exacta varía según el lugar. En los EE. UU. se define como 5 o más vasos estándar para los varones y 4 o más para las mujeres en una sola sesión.

Consumo excesivo - beber demasiado durante un cierto período. Las pautas razonables sobre el consumo de bebidas también varían según el país.

Ya hemos analizado algunos de los efectos a corto plazo del consumo indebido de bebidas, que incluyen la posibilidad de intoxicación por alcohol, así como un alto riesgo de quedar involucrado en un accidente o un delito. Pero también ocasiona muchos efectos a largo plazo, especialmente para la salud.

Cuando el hígado debe procesar demasiada cantidad de alcohol, se producen daños hepáticos que van desde la formación de depósitos grasos e inflamación hasta la cirrosis, lo que origina un daño permanente. El **consumo excesivo** también tiene un efecto corrosivo en las paredes del estómago y el esófago, lo que causa gastritis, úlceras, reflujo y daños al páncreas. Ingerir más de 80 g de una sola vez implica un importante aumento de la presión arterial, lo que a su vez incrementa el riesgo de ataque cardíaco o accidente cerebrovascular. De hecho, esta droga líquida puede afectar casi todas las partes del cuerpo de manera adversa cuando no se la consume según las pautas recomendadas.

Buenas noticias

Por el contrario, existen algunos beneficios para la salud relacionados con niveles bajos o moderados de consumo de bebidas alcohólicas en los niveles de referencia o por debajo de ellos. El alcohol puede funcionar como un factor de protección para el corazón, pero sólo si se lo consume dentro de estos niveles bajos. No obstante, hasta el momento este efecto sólo ha sido comprobado en personas mayores de 40 años.

Resumen y líneas de acción

1. Preste atención a los primeros síntomas de ebriedad. Analice con otro miembro del personal o su gerente cuáles son los signos que le indicarían que debería negarse a servirle bebida alcohólica a un cliente.

2. Consulte cuáles son las pautas oficiales recomendadas sobre el consumo de alcohol en su país.

3. Calcule cuántos gramos de alcohol hay en 3 ó 4 de las bebidas más populares que sirve regularmente en su trabajo.

4. Consulte qué indican las leyes de su país en relación con la medición de las bebidas antes de servirlas. En el caso de que no haya leyes, ¿existen prácticas recomendables?

5. Consulte cuáles son las leyes de su país relativas al alcohol y la conducción.

6. Los gerentes deben revisar el surtido de productos en existencia *y* la información sobre cada uno de ellos, a fin de que los clientes puedan tomar decisiones informadas y razonables.

7. Si aún no lo hace, debe exhibir información en carteles, por ejemplo, para desalentar el consumo de bebidas alcohólicas antes de conducir.

Sección 3: Cómo crear la atmósfera adecuada

La atmósfera es la sensación o percepción general de un lugar. El ambiente influye sobre los clientes desde el momento en que ingresan al establecimiento. Puede afectar su forma de beber y su comportamiento.

Parte de la tarea de crear la atmósfera correcta es alentar a las personas a comportarse en sintonía con el estilo del establecimiento. Ésta es una manera de establecer normas.

El comportamiento de consumo de alcohol depende de tres factores diferentes:

La bebida

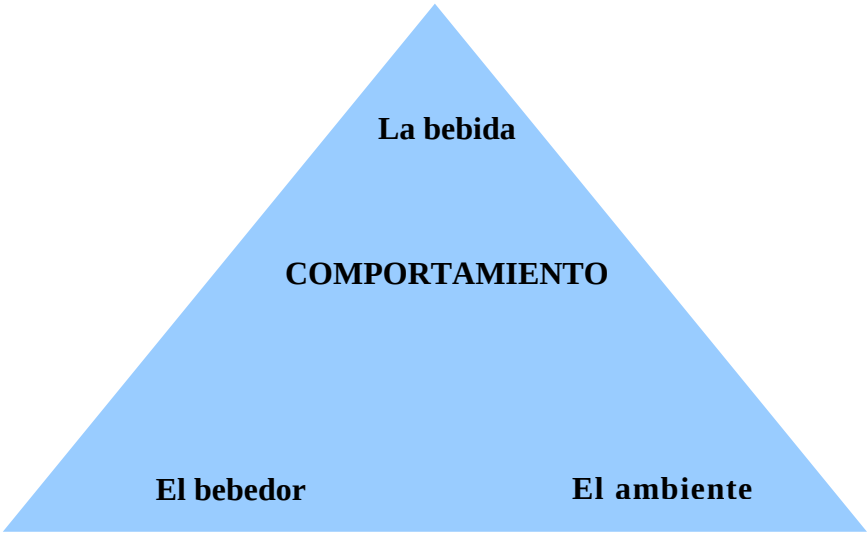
- la cantidad y la graduación de alcohol.

El bebedor

- las características de la persona que bebe, su estado de ánimo y circunstancias personales.

El ambiente

- la atmósfera y las reglas imperantes del establecimiento donde se bebe.



Eliminar o cambiar cualquiera de estos factores alterará el comportamiento de consumo de alcohol. Por ejemplo, es posible que el comportamiento de una misma persona varíe ampliamente según esté en un restaurante elegante o en un bar mirando un partido de fútbol. El ambiente ha cambiado, aunque se bebió exactamente la misma cantidad de alcohol en ambas circunstancias.

O bien el comportamiento de la misma persona que mira un partido de fútbol en un bar cambiará según la cantidad de alcohol que consuma. Es posible que si no consumió alcohol en absoluto (tal vez porque debe conducir) se comporte de manera diferente que si bebió unos tragos junto a un grupo de amigos.

El gerente y el personal están en condiciones de controlar o ejercer influencia sobre al menos dos de estos factores: la cantidad y el tipo de bebida que se sirve y, en especial, el ambiente. El diseño del establecimiento, el hecho de que haya más personas sentadas

o paradas, la iluminación y la música son factores que crean un determinado ambiente de consumo de alcohol.

Por ejemplo, existen evidencias de que beber en posición vertical (es decir de pie) estimula el consumo de bebidas más rápidamente que cuando se está sentado. Ciertamente, el ambiente que se establece puede influir en la predisposición del cliente a beber relajadamente, de forma social o de manera agresiva y competitiva.

Factores de protección y de riesgo en bares

En el año 2005 se llevó a cabo una investigación en Escocia que analizó los factores asociados a los problemas originados por el consumo de alcohol en establecimientos con licencia, como la ebriedad y la violencia.

Los resultados estuvieron en consonancia con los de muchos otros estudios que se realizaron en Canadá, los EE. UU., Australia y Nueva Zelanda. Se determinó que existe una serie de factores que evitan que se produzcan problemas en un establecimiento asi como también existe una variedad de factores que los incrementa. Ningún factor en sí mismo origina o elimina la violencia, pero contar con una serie de factores de protección y asegurarse de que sólo haya la menor cantidad posible de factores de riesgo disminuye ampliamente la probabilidad de que surjan problemas.

Factores de protección:

- El lugar no debe estar demasiado congestionado ni debe haber demasiada gente.
- Negar el ingreso o el servicio a personas inapropiadas (por ej., personas ebrias o menores de edad).
- Seguir buenas normas de limpieza y cuidado del establecimiento.
- Contar con un personal cordial.
- Poseer un servicio rápido y eficiente.
- Anunciar que ha llegado el momento de hacer los últimos pedidos con el tiempo suficiente.
- Organizar la salida de los clientes.
- Controlar a los clientes durante el ingreso, la salida y adentro del bar.
- Ofrecer promociones de comidas (comidas completas y aperitivos).
- Controlar que la mayoría de los clientes estén sentados.
- Capacitar al personal en cuanto al servicio responsable.
- Ofrecer una variedad de refrescos a precios razonables.
- Promover una buena comunicación entre los miembros del personal.

Todo esto contribuye a lograr un consumo social y relajado.

“Parte de la tarea de crear la atmósfera correcta es alentar a las personas a comportarse en sintonía con el estilo del establecimiento. Para lograr esto es necesario establecer normas.”

Factores de riesgo:

- Mesas de billar sin supervisión
- Programas de televisión que muestran imágenes agresivas, ofensivas, con contenido sexual o de personas borrachas
- Canciones cuyas letras contienen muchas palabras ofensivas o sexualmente explícitas
- Congestión en alguna parte del establecimiento (la puerta, la barra, las escaleras, los baños, la pista de baile, etc.)
- Un alto porcentaje de clientes parados
- Permitir el ingreso y el servicio a personas ebrias o menores de edad
- Vómitos
- Consumo o venta de drogas
- Presencia de clientes ebrios en el establecimiento
- Actitud hostil o agresiva del personal hacia los clientes
- Personal que permite agresiones u observa conflictos, sin intervenir
- Personal que envía a las personas a pelear fuera del establecimiento
- Intervención tardía del personal en situaciones conflictivas
- Servir a los clientes el doble de bebida a la hora de cierre o posteriormente
- Exceso de humo o falta de ventilación
- Niveles altos de ruido y movimiento
- Falta de limpieza en la barra y los baños; demoras para recoger las mesas
- Actividad sexual explícita o sexualmente competitiva (como “seducir lascivamente”)
- Promociones o espectáculos del lugar, que ponen el acento en el alcohol y el “baile erótico"

En resumen, los establecimientos que cuentan con normas de alto nivel, están limpios y ordenados y controlan el comportamiento de su clientela tienen más posibilidades de propiciar una atmósfera agradable y así evitar problemas.

Cumplimiento de las normas

Al haber completado la lectura de las secciones anteriores ya debe saber que generalmente es bastante complicado discernir cuándo y a quiénes se les puede vender alcohol. Una de las mejores maneras para que esto quede claro es elaborar un cartel con la política del establecimiento o tienda.

Esto servirá de resumen para que tanto los miembros del personal como los clientes sepan cuándo puede venderse alcohol, quiénes pueden comprar alcohol, qué tipos de identificación de edad se aceptan, etc. En la página siguiente encontrará un ejemplo que se puede utilizar como una práctica recomendada.

Use esta plantilla como modelo para redactar una política personalizada para sus instalaciones:

Política del establecimiento o tienda

Nombre del establecimiento:
_____
Dirección:
_____
Número de teléfono:
_____
Tipo de licencia:
_____
Nombre del titular de la licencia:
_____

En este establecimiento es ilegal servir bebidas alcohólicas a toda persona menor de __ años de edad.

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

Si aparenta tener menos de _____años de edad, se le solicitará que muestre una identificación

Se aceptan los siguientes tipos de identificaciones: _____.

Los horarios de venta de alcohol son los siguientes

Lunes _____
Martes _____
Miércoles _____
Jueves _____
Viernes _____
Sábado _____
Domingo _____

(modificar para que se adecue a la ley local.)

Es ilegal servir alcohol a una persona ebria. Las personas que no se comporten de manera correcta según la política de nuestro negocio, deberán retirarse.

Prevención de delitos y disturbios

Un lugar que vende alcohol también es parte de la comunidad local y, por consiguiente, tiene ciertas responsabilidades sociales. En algunos países estos asuntos se han tornado tan importantes que se los ha incluido en la ley.

La prevención de delitos y disturbios abarca muchos aspectos, desde el comportamiento revoltoso, pasando por la conducción de vehículos y hasta la agresión con lesiones. En primer lugar, debe pensar en cuál es el comportamiento más propenso a causar problemas o que es un delito en el país donde usted trabaja.

Solicite información a la autoridad reguladora o a la cámara de comercio de su área sobre algún tipo de asociación que se pueda establecer con la policía, o bien pídale a otro servicio comunitario (por ej., recolección de residuos, control del ruido) que confirmen que usted cumple con sus responsabilidades comunitarias.

Si se cumple con las normas y se niega la entrada a las personas cuyo comportamiento es indeseable, ya se están evitando muchos problemas. Sin embargo, es importante que esté atento a la posible aparición de signos que alerten sobre inconvenientes e intente evitar que éstos se produzcan. En la siguiente sección analizaremos este tema más detenidamente. También existen sistemas de prácticas recomendables que puede implementar en su establecimiento:

Prácticas recomendables en establecimientos con o sin licencia

Diario de incidentes – es un registro o diario de todo incidente que se presente, como discusiones o riñas, de modo tal que pueda identificarse cualquier problema y así evitar que se repita. Esto también proporciona una imagen precisa para la comunicación dentro de la empresa y la transmisión de información a las autoridades que puedan necesitarla. El diario debe estar en un lugar conveniente y todos deben saber dónde encontrarlo. Los diarios anteriores deben archivarse en caso de que sean necesarios en un futuro como recurso en acciones judiciales. Consulte el apartado Diario de incidentes en la página 36

Libro de denegaciones - es un registro de las personas a quienes se les ha denegado el servicio por ser menores de edad, estar ebrios u otra razón. Posteriormente, el gerente debe firmar este libro de registro para demostrar que se está cumpliendo con la ley. También ayuda a crear una imagen para identificar los patrones de problemas.

Evaluación de riesgos – en algunos países deberá completarse esta evaluación para cumplir con las leyes de salud y seguridad. Sin embargo, si bien la ley no lo exige, es aconsejable recorrer el establecimiento de forma regular y registrar cualquier posible riesgo para posteriormente analizar cómo podría minimizarse. Recuerde que las cosas pueden ser muy diferentes en las horas pico, cuando el establecimiento está repleto de gente. Los mismos clientes pueden ser un riesgo potencial.

Prácticas recomendables en establecimientos con licencia

Política de tragos y juegos con bebidas – existen ciertos productos y maneras de beber que pueden generar patrones de consumo irresponsable. Los juegos con bebidas en los que las personas beben un trago de una sola vez o más de lo que normalmente consumen pueden ser muy peligrosos y causar ebriedad. Algunas bebidas, como los tragos que mezclan varias bebidas y tienen una alta graduación alcohólica, apuntan específicamente a que las personas se embriaguen. Uno debe preguntarse si vender este tipo de productos es una conducta responsable. Es una buena idea contar con una política sobre qué productos pueden venderse y cuántos tragos con estas altas graduaciones se les permite comprar a los clientes. Su lugar de trabajo también debe contar con una política sobre qué debe hacerse y cómo deben controlarse los juegos con bebidas, si es que en su establecimiento se realizan este tipo de actividades.

Promociones o "Happy Hours" – nunca constituye una buena práctica el hecho de ofrecer promociones que alienten a los clientes a "tomar todo lo que puedan" por un determinado monto de dinero o durante un cierto período. Este tipo de promociones sólo fomentan la ebriedad y sus consecuentes problemas.

Estrategia para la hora de cierre – se trata de establecer procedimientos de prácticas recomendables para su lugar de trabajo a fin de reducir al mínimo los problemas durante la hora de cierre. Debido a que éste es el momento en que se producen la mayoría de los incidentes, esta política debería planificarse cuidadosamente y seguirse siempre.

Los establecimientos grandes, como los locales nocturnos con espectáculos musicales, también pueden organizar la dispersión de los clientes para asegurar una salida segura y ordenada, y reducir la posibilidad de "atascamientos" u otros problemas. Para ver un ejemplo de una política de dispersión, diríjase a www.beda.org.uk.

Práctica recomendable para la hora de cierre de bares

En contraposición a la creencia popular, la hora de cierre no comienza cuando el bar o establecimiento cierra sus puertas, sino mucho antes. Es importante controlar la atmósfera del local, el estado de ánimo de los clientes y pensar en las características de las zonas aledañas y los medios de transporte para que los clientes puedan llegar a sus hogares de manera segura.

Si se ofrece música o algún otro tipo de espectáculo, es preferible no dejar lo mejor para el final, ya que esto generalmente hace que los clientes estén "exaltados" y no deseen retirarse del lugar. Si bien es cierto que usted desea que sus clientes pasen un buen momento, es necesario que al final de la noche estén más calmados. Muchos lugares pasan canciones lentas para dar fin a la noche. Algunos locales más grandes comienzan a cerrar las diferentes secciones del establecimiento para controlar las multitudes.

Se recomienda anunciar que se servirán los "últimos pedidos". Esto permite a los clientes saber que sólo cuentan con una determinada cantidad de tiempo si desean comprar más bebidas alcohólicas. Anuncie esto con el tiempo suficiente de modo que pueda servirles a todos aquellos que soliciten una bebida. Por ejemplo, muchos locales anuncian que se servirán los últimos pedidos antes de que deba dejarse de servir por ley, durante toda la semana. Los fines de semana, cuando hay más movimiento, anuncian los últimos pedidos 30 minutos antes para evitar que los clientes se decepcionen y comiencen a quejarse.

A medida que se aproxima el momento de las últimas ventas, se recomienda aumentar paulatinamente la iluminación. Encender todas las luces abruptamente justo cuando el bar cierra puede causar enojo o agresividad por parte de los clientes, por lo que se recomienda hacerlo de manera gradual.

Exhiba todos los horarios de autobuses o teléfonos de taxis, lo que corresponda según su área. El punto principal es que usted trate de ayudar a las personas a retirarse del establecimiento de manera segura y evite la salida masiva de los clientes.

Tiempo para terminar la bebida – es posible que la ley de su país establezca que los clientes deben terminar sus bebidas dentro de un tiempo especificado. Aun cuando éste no sea el caso, usted puede contar con una política de la empresa referida a la hora en que es necesario que todas las personas que se encuentran dentro del establecimiento se retiren.

Solicite a su gerente o a la autoridad reguladora correspondiente a su área o país que le brinden información sobre las reglamentaciones referidas a la hora de cierre.

Es importante que los clientes entiendan que no podrán comprar más bebidas alcohólicas una vez que haya finalizado el tiempo de servicio previsto. Algunos establecimientos cierran las áreas de venta con persianas, mientras que otros retiran al personal que sirve detrás de la barra, para dejar en claro que ya no se podrán comprar más bebidas.

El próximo paso es informar a los clientes sobre el tiempo restante antes del cierre. Es posible que deba recordárselo varias veces, por ejemplo: “quedan 10 minutos para comprar las últimas bebidas”; “quedan 5 minutos para comprar las últimas bebidas”, etc. De esta manera, cuando llegue el momento de solicitarles que se retiren, los clientes no se verán sorprendidos.

Fuera del establecimiento, a medida que los clientes se retiran del lugar, conversan mientras deciden qué harán luego o se despiden. A veces estos clientes arrojan basura o intentan llevarse bebidas con ellos.

Siempre que sea posible y apropiado, ubique algunos miembros del personal cerca de las salidas para que agradezcan a los clientes por su visita, y así evitar que se lleven bebidas. Si este personal está destinado a “controlar la entrada y salida”, es posible que existan leyes o reglamentaciones que se deban respetar, así como capacitaciones que probablemente sean obligatorias.

Consulte cuáles son las reglamentaciones correspondientes al personal de control de entrada y salida de personas en su país o localidad.

Es importante recordar a los clientes que deben respetar las casas del vecindario y a las personas que viven en el área, especialmente durante la noche, cuando es posible que estén durmiendo. Algunas empresas envían de 1 a 2 miembros del personal a la calle con chaquetas de alta visibilidad para recordarles esto a los clientes y dirigirlos a las paradas de taxis, autobuses y restaurantes nocturnos más cercanos. Algunos establecimientos piensan que es importante entregar dulces de forma gratuita a los clientes para ayudar a controlar los problemas relacionados con el ruido. Existen muchas maneras creativas y cordiales de manejar estos problemas sin causar frustración ni conflicto.

El objetivo es que todos se retiren del lugar de manera segura, luego de haber disfrutado de un buen momento.

Hospitalidad responsable y VIH/SIDA

Los programas de capacitación en hospitalidad responsable tienen como objetivo principal asegurar un ambiente seguro y confortable para beber. Estos programas apuntan generalmente a ayudar a los propietarios, gerentes y empleados de establecimientos de venta al consumidor con licencia a reducir la incidencia del consumo de alcohol por parte de las personas que no tienen edad legal para beber y mejorar el servicio para los clientes que se encuentren ebrios. Pero la hospitalidad responsable también puede ayudar a reducir otros tipos de daños relacionados con el alcohol, como la propagación de las enfermedades de transmisión sexual (ETS), entre ellas el VIH, que es el virus que causa el sida.

El sexo sin protección es el que se practica con parejas cuyo estado de VIH no se conoce, sin utilizar condón. Existen evidencias de la relación entre el consumo indebido de alcohol y el riesgo de contraer ETS.

Se ha observado que el consumo indebido de alcohol intensifica el grado de susceptibilidad de un individuo de transmitir o adquirir VIH, así como se han relacionado los patrones de consumo de alcohol perjudiciales con actividades de alto riesgo, como el uso de drogas inyectables (incluido el compartir agujas u otro equipo de inyecciones) y la probabilidad de involucrarse en la práctica del sexo sin protección.

En el contexto de la hospitalidad responsable, los propietarios, camareros y otros empleados pueden ayudar a reducir el riesgo de daño brindando un mayor apoyo a los individuos para que tomen decisiones más responsables e informadas sobre su comportamiento de consumo de bebidas alcohólicas y su conducta sexual. En particular, podrían:

- vincularse con organizaciones no gubernamentales que trabajan en temas relacionados con el VIH/SIDA;
- exhibir materiales educativos sobre el VIH/SIDA en la barra y los baños..

Resumen y líneas de acción

1. Consulte qué comportamientos revoltosos se consideran delitos en su país

2. Analice con amigos y familiares los aspectos que pueden hacerlo enojar como cliente y luego piense si alguno de estos aspectos se podría producir en su lugar de trabajo

3. Complete un cartel con la política del establecimiento o tienda para tener un resumen claro de las leyes que debe cumplir.

4. Repase los factores de protección y de riesgo. Destaque todos los que correspondan a su lugar de trabajo y piense en su impacto.

5. Analice e implemente las herramientas de prácticas recomendables para su lugar de trabajo.

6. Escriba una estrategia de hora de cierre adecuada para su lugar de trabajo.

Sección 4: Habilidades en el trato con clientes

¿Cuántas veces ha sido cliente y por alguna razón se ha sentido frustrado? Piense en cómo se sintió cuando no se lo atendió prontamente o su comida estaba fría. Muchas personas eligen a dónde ir exclusivamente en función de la actitud del personal y el nivel del servicio.

Tener en cuenta lo que quieren los clientes y asegurar un ambiente seguro y placentero puede ayudar en gran medida a que los clientes se sientan contentos y deseen volver.

Como ya se mencionó anteriormente, parte de su trabajo (además de cumplir con las leyes) es proporcionar un servicio al cliente de excelente calidad. Esto incluye varios aspectos:

El vendedor – es importante que conozca qué productos vende y que cuente con algo de información sobre cada uno de ellos.

El empleado de limpieza – algunas investigaciones han demostrado que en los establecimientos limpios las personas se comportan más ordenadamente. El desorden puede ser también una causa de frustración, por ejemplo, si la persona se acerca a la barra y al apoyarse sobre ella se moja o ensucia la ropa debido a un derrame, lo que puede generar quejas o conflictos.

El anfitrión – muchos clientes eligen visitar determinado establecimiento en función de la atmósfera que se crea con el personal y el nivel del servicio. Conocer lo que les gusta a los clientes regulares y demostrar interés en sus historias forma parte de los niveles de servicio.

El oficial de seguridad – mientras se sirve a los clientes y se recorre el establecimiento es necesario estar con los ojos bien abiertos para detectar vajilla sin usar, basura sobre las mesas, derrames o bolsas que obstruyan los pasillos y las salidas.

El oficial de policía – ésta probablemente sea la parte más difícil de su tarea, ya que algunas veces deberá denegar el servicio o solicitarle a alguien que se retire del establecimiento. Esto debe hacerse siempre de manera educada y con calma y nunca a través de la fuerza. Analizaremos esta cuestión en detalle a continuación.

Prevención de conflictos

Siempre es preferible detectar los potenciales peligros con anticipación y, si es posible, evitarlos a permitir que una situación se descontrole. Según el diseño de su lugar de trabajo es posible que pueda observar el establecimiento en su totalidad desde atrás de la barra o del mostrador o deba trabajar más en equipo y asegurarse de controlar el lugar con regularidad.

Quejas

Sería poco razonable sugerir que nunca habrá quejas ni conflicto en el establecimiento, pero según el tipo de lugar, la ubicación, el grupo de edad de los clientes, etc. esto ocurrirá en mayor o menor medida.

Ocuparse de las quejas es un arte en sí mismo. Si las maneja bien, logrará que el cliente pase de estar disconforme a estar contento. Sin embargo, si las maneja en forma incorrecta, el cliente se sentirá más descontento aun y es posible que comente esta situación a muchas personas, lo que podría ocasionar la pérdida de potenciales clientes.
Entre los puntos clave para tratar las quejas se incluyen los siguientes:

• Escuche atentamente la queja sin interrumpir
• Demuestre que comprende
• Pida disculpas
• Busque una solución

Es importante no levantar el tono de voz ni discutir con el cliente. Observe cómo se manejan otros miembros del personal respecto de los problemas y consulte a su gerente.

Recuerde que cuando las personas están disgustadas, a menudo tienen a proferir una cantidad de insultos. No considere los insultos de manera personal ni tome represalias. Siempre debe mantener el profesionalismo.

Ocuparse de las quejas requiere paciencia y capacidad para mantener a las demás personas en calma.

Denegación de servicio

Al igual que con las quejas, la denegación de servicio debe hacerse con respeto y de manera profesional. La denegación de servicio es perfecta cuando nadie la nota.

• Acérquese lo más rápido que pueda
• Cite la ley
• Pida disculpas
• Comuníquele al cliente que se lo invita a regresar cualquier otra noche, cuando puedan comprobar su edad o lo que sea adecuado para la situación.

Tal vez no sea apropiado que usted se niegue a prestar servicio a una persona hasta que haya acumulado algo de experiencia. Si no está seguro, hable con su gerente y aprenda cómo manejan esta situación otros empleados.

Si un cliente está enfadado, háblele de forma pausada y serena para intentar calmarlo. Si las personas o el lugar se ven amenazados, tal vez sea necesario llamar a la policía. Mantenga informados a sus colegas, y su gerente tomará la decisión apropiada.

Recuerde que si una persona está ebria, su cerebro se verá afectado por el alcohol, lo que significa que estará menos inhibida y más propensa a enfadarse y a decir o hacer cosas inusuales. Es posible que hasta le resulte más difícil entender lo que usted le dice. Es sumamente importante hablar claro y de forma pausada. Tal vez deba repetir lo que diga varias veces e intente no enfadarse ni impacientarse.

Plan de intensificación - Tenga preparado un "plan de intensificación" para usar en caso de que la situación empeore. Este plan puede incluir la comunicación del problema a otros miembros del personal o un llamado a la policía.

Posibles situaciones problemáticas

Es imposible predecir todas las situaciones que podrían causar problemas, pero existen algunos escenarios obvios que podemos analizar en detalle:

Grupos grandes de personas del mismo sexo

En algunos tipos de establecimientos, debido a la "atmósfera de fiesta" y a la dinámica del grupo, los grupos de personas del mismo sexo a menudo comienzan a beber en exceso y a vociferar, lo que a su vez puede alterar el estado de ánimo de otros clientes. ¿Cómo debe manejarse este tipo de grupos?

- Hable con ellos en el momento en que ingresan al establecimiento y fije reglas básicas, por ej.: no están permitidos los juegos con bebidas, no se puede hacer ruido en exceso y se puede pasar una buena noche sin necesidad de embriagarse.

- Entable una relación lo antes posible para que luego resulte más sencillo hablar con ellos. Averigüe qué están celebrando.

- Si se puede, deje un área separada para ellos a fin de no molestar a otros clientes.

- Identifique al líder del grupo y hágalo responsable por el comportamiento de todo el grupo.

- Observe la cantidad de bebida que consumen.

- Hable con algunos miembros del grupo de manera individual en la barra.

- Deje en claro que si alguna de las personas causa problemas, todo el grupo deberá retirarse del lugar.

Discusiones internas

Éstas son generalmente las más difíciles de identificar. Situación: una pareja ingresa al lugar dispuesta a pasar una velada agradable, pero luego inician una discusión que nada tiene que ver con el establecimiento, etc. Si bien es cierto que usted no puede escuchar la conversación de cada cliente, a menudo resulta evidente si existe algún tipo de hostilidad o cruce de palabras entre parejas o amigos.

• Acérquese a la mesa y pregunte si está todo bien. La atención y el hecho de que usted haya percibido que algo anda mal suele ser suficiente para que las personas se calmen o se retiren del lugar.

• Si la discusión persiste o se torna más fuerte, deberá preguntarles nuevamente si están bien.

• Sugiérales que éste no es el lugar apropiado para discutir o pelear.

• Comuníqueles que si no pueden solucionar el problema, deberán retirarse.

• Manténgase imparcial en todo momento.

• Despersonalice la situación diciendo que es parte de su trabajo, que son las reglas del establecimiento y que no se trata de algo personal.

Juegos y deportes

Por lo general, todos los juegos tienen un ganador y un perdedor. Esta misma característica a menudo lleva a las personas a enfadarse. En los establecimientos donde los clientes juegan al billar o los dardos, se agrega la cuestión del uso de los elementos de estos juegos como potenciales "armas". También es posible que surjan discusiones acerca de a quién le corresponde el siguiente turno para jugar.

Para evitar posibles problemas:

• Como las reglas varían según el área, elabore un conjunto de reglas del establecimiento para que todos se guíen por ellas.
• Establezca un sistema justo y claro sobre cómo reservar el turno o a quién le corresponde jugar a continuación.
• Asegúrese de que el área tenga la cantidad o la presencia suficiente de personal a efectos de detectar posibles problemas.
• Establezca un sistema de depósito u otro método para que todos los dardos, tacos, etc. se devuelvan al personal después de cada juego.

Lenguaje corporal

Comprender el lenguaje corporal puede ser muy útil a la hora de detectar problemas y tratarlos de manera efectiva. La tabla que figura a continuación muestra los signos a los que debe prestarse atención si alguna persona se está poniendo agresiva. También debe pensar en su propio lenguaje corporal. Al lidiar con estas situaciones es necesario demostrar firmeza, si uno quiere que las personas hagan lo que se les pide.

LENGUAJE CORPORAL			
	AGRESIVO (enfadado)	***FIRME (en control)***	***PASIVO (débil)***
Postura	Inclinado hacia adelante	De pie o en posición recta	Contraída
Cabeza	Mentón hacia adelante	Firme, pero no tiesa	Hacia abajo
Ojos	Bien enfocados, con la mirada fija, a menudo penetrantes o contacto visual encolerizado	Contacto visual bueno y constante	Mirada esquiva o hacia abajo, escaso contacto visual

Rostro	Decidido o firme	La expresión concuerda con las palabras	Sonríe aun cuando está molesto
Voz	Alta y enfática	Bien modulada para que coincida con el contenido	Dubitativa o suave, disminuye en intensidad al final de las palabras u oraciones
Brazos y manos	Las manos sobre la cadera, puños cerrados, gestos desafiantes, apuntamiento, señalamiento con el dedo	Relajados o se mueven con tranquilidad, palmas abiertas	Caídos o inmóviles
Movimiento o forma de andar	Lento y fuerte o deliberadamente rápido	Ritmo medido adecuado a la situación	Lento y dubitativo o rápido y con pequeños saltos.

Cómo lograrlo

No es fácil hacerlo bien, usted debe mostrarse firme, no agresivo ni pasivo.

Pero no debe darse por vencido. Si piensa detenidamente acerca de su voz y sus movimientos y trata de estar tranquilo, el resto vendrá por sí solo.

Distancia

Es probable que sepa que cada persona tiene una cierta cantidad de “espacio personal” alrededor. Resulta incómodo que una persona extraña se pare demasiado cerca de uno. En las situaciones de conflicto, pararse demasiado cerca puede tomarse como una amenaza, es por ello que debe mantener una distancia cómoda respecto de la persona con quien está hablando. Recuerde también que la gente de otros países o culturas pueden preferir una cantidad de espacio personal diferente, es decir que tal vez deseen pararse más cerca o más lejos que usted.

Una barrera de algún tipo, como una mesa, también ayuda a mantener la distancia. La barra o mostrador en sí también cumple la función de barrera. Tal vez se haya dado cuenta de que se siente más cómodo cuando habla con las personas desde atrás de la barra o mostrador que cuando está solo del otro lado. Esto se debe a que la barrera física cumple también la función de barrera psicológica.

Camareros eficientes

Un camarero eficiente es el que puede trabajar como parte de un equipo, proporcionando un servicio eficaz que hace sentir a los clientes que son bienvenidos y se los tiene en cuenta. Esto incluye el hecho de contribuir al buen nivel del establecimiento y a crear la atmósfera correcta para que los clientes sepan que no se tolerará el mal comportamiento

En las situaciones de conflicto o aquéllas en que es necesario denegar el servicio es preciso ser muy paciente. Intente aprender de los colegas con más experiencia, observando lo que hacen y dicen en distintas situaciones. La práctica también ayuda a mejorar lo que hacemos. Leer esta información es un buen comienzo, pero ponerla en práctica y aprender de los éxitos y errores es el próximo paso.

Cómo reaccionar ante un problema

La mayoría de los conflictos pueden evitarse o controlarse en las etapas iníciales, pero si una situación ha pasado a una etapa más acalorada antes de que usted haya logrado acercarse, es posible que resulte mucho más difícil de resolver. Tenga en cuenta su propia seguridad y la de los demás:

• Mantenga la serenidad e intente calmar los ánimos
• Intente averiguar cuál es el problema y escuche con atención.

Una buena forma de recordar todas las etapas esenciales es recurrir a la palabra en inglés “REACT” (reaccionar).

R - para “Reclamar”: solicite a las personas en conflicto que se calmen o se retiren del lugar.

E - para “Explicar”: explíqueles que su comportamiento es inaceptable y haga referencia a toda regla o ley que hayan infringido.

A - para “Apelar”: diga “por favor” y agregue frases tales como “ustedes no querrán que yo me vea en problemas” o “si siguen con esto, ya no podré seguir atendiéndolos” o “no deseo llamar a la policía, pero lo haré si no se retractan”.

C - para **“**Confirmar”: si los clientes aún se niegan a calmarse, repítales las consecuencias y pregúnteles si hay algo que usted pueda hacer para detener el problema.

T - para “Tomar acción”: aquí será necesario que les solicite nuevamente que se retiren del lugar, y si se niegan a hacerlo deberá llamar a la policía. La fuerza física es el último recurso y nunca debe usarla si se encuentra solo. Guíe a alguna de las personas hasta la puerta de salida, pero tenga cuidado de no usar la fuerza y no descuide su propia seguridad.

Una vez que el conflicto ha finalizado, es importante pedir disculpas a los clientes por cualquier inconveniente y asegurarles que todo ha vuelto a la normalidad. Reconozca que ha pasado por una situación difícil y, si es posible, tómese un descanso para recobrar la compostura.

También se recomienda registrar el incidente de manera precisa mientras la información aún está fresca en la mente.

Registro de incidentes

Usted debe registrar todos los incidentes por una gran cantidad de razones:

- La información registrada puede usarse como una herramienta de aprendizaje y contribuir a la comunicación entre el personal y la gerencia.
- Proporciona un registro preciso de los acontecimientos a la policía, la empresa o la compañía aseguradora.
- Evita que se repitan incidentes similares.

El registro debe incluir la siguiente información:

- Fecha
- Hora
- Un recuento de lo sucedido
- Los nombres de las personas involucradas
- Cómo se resolvió el conflicto
- Si fue necesario llamar a la policía
- También puede registrar los nombres de los testigos y su información de contacto.

Camareros eficientes

Un camarero eficiente es el que puede trabajar como parte de un equipo, proporcionando un servicio eficaz que hace sentir a los clientes que son bienvenidos y se los tiene en cuenta. Esto incluye el hecho de contribuir al buen nivel del establecimiento y a crear la atmósfera correcta para que los clientes sepan que no se tolerará el mal comportamiento.

Los camareros deberán cumplir con sus responsabilidades legales, sin dejar de lado sus responsabilidades sociales. En las situaciones de conflicto o aquéllas en que es necesario denegar el servicio es preciso ser muy paciente. Intente aprender de los colegas con más experiencia, observando lo que hacen y dicen en distintas situaciones. La práctica también ayuda a mejorar lo que hacemos. Leer esta información es un buen comienzo, pero ponerla en práctica y aprender de los éxitos y errores es el próximo paso.

Resumen y líneas de acción

1. Escriba 3 frases clave que pueda usar para denegarle el servicio a una persona que es menor de edad.

2. Escriba 3 frases clave que pueda usar para denegarle el servicio a una persona que está ebria.

3. Hable con amigos y colegas acerca de sus experiencias en situaciones que se salieron de control y cómo hicieron ellos para resolverlas. ¿Usted las manejaría de otra manera, después de haber leído este manual?

4. Implemente un libro de incidentes en su lugar de trabajo o asegúrese de saber dónde está el actual.

Más información

Más información sobre el alcohol y el servicio responsable:

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

Más información sobre prácticas recomendables y habilidades en el trato con clientes:

www.beda.org.uk
www.portman-group.org.uk
www.icap.org.uk

Centro Internacional de Políticas sobre el Alcohol (ICAP) y Foro Europeo sobre Consumo de Alcohol Responsable (EFRD). (2008). *Servicio responsable de alcohol: Guía para el personal de servicio*. Washington, DC: Centro Internacional de Políticas sobre el Alcohol.