

## A QUALIDADE DOS SERVIÇOS DE VINHO NOS RESTAURANTES DE CAMPO GRANDE

Kélly Chicrala Matos

### Resumo

A uva e o vinho acompanharam todas as etapas da evolução da humanidade, percorrendo longos caminhos até chegar ao Brasil, tentando se adaptar ao clima e ao solo, que se diferem nas regiões brasileiras. Conseguiram adaptar-se com sucesso na região sul do país, detentora da maior produção de vinho no Brasil. Campo Grande apresenta um enriquecido mosaico cultural, percebido nas mais diferentes áreas, incluindo a gastronomia. Grande parte dos restaurantes típicos italianos da capital, vendem e servem o vinho. Por este fato, procurou-se identificar locais onde o fluxo de clientes e de venda de vinho era grande. Sem saber qual tipo de conhecimento os responsáveis e os atendentes dos restaurantes escolhidos têm sobre o assunto, buscou-se identificar quais as qualidades que implicam este serviço. A base para fundamentar a prática da pesquisa foi obtida por meio de entrevistas, visitas e observações nos locais escolhidos, as quais elucidaram as opiniões e experiências dos frequentadores, responsáveis ou proprietários e funcionários que vivenciam ou oferecem o usufruto do serviço de vinho. Nos restaurantes onde é usada a tipologia de cantina, o tratamento em relação ao atendimento é simplificado, sem abrir mão da qualidade dos produtos oferecidos pela casa. Na categoria cantina, duas casas foram observadas, a Cantina Romana e a Casa Colonial. Na Cantina Romana, para clientes diferenciados, mais exigentes, o atendimento também é diferenciado e o armazenamento dos vinhos não é muito adequado. Na Casa Colonial o que difere da cantina anterior é a preocupação com a conservação adequada do vinho; para isso, uma adega está em fase de construção. Já no Ristorante La Távola di Capri é utilizado o serviço de vinho. O garçom é que serve o vinho, apesar de não terem uma grande preocupação com a conservação do mesmo. A finalização da proposta inicial é a caracterização pela elaboração de um livrete explicativo sobre o serviço de vinho, seu

armazenamento e conservação. Devido a exigências do mercado, no tocante à qualidade do vinho e ao atendimento, o material elaborado propõe a informação sobre o assunto aos usuários, favorecendo a melhoria do serviço oferecido.

**Palavras-chave:** 1. vinho, 2. cantina, 3. restaurante

## **Abstract**

Wine and the grape have accompanied all the stages of the evolution of humanity, covering long distances before arriving in Brazil, seeking to adapt to the climate and the soil, which are different in the various regions of Brazil. Successful adaptation is seen in the south of the country where there is the greatest Brazilian wine production. Campo Grande presents an enriched cultural mosaic seen in a wide variety of areas including gastronomy. The majority of the typically Italian restaurants in the capital sell and serve wine. For this reason, the places with the greater number of clients and sale of wine were sought out. Without knowing what type of knowledge those responsible for the restaurants and those that serve in them have of the subject, the qualities that this service requires were sought out. Interviews were used to form the basis of the research along with visits and observations in the chosen restaurants all of which elucidated the opinions and experiences of the customers, those responsible or proprietors and employees who offer the use of a wine service. In family restaurants, the service is simplified, but the quality of the products remains high. In the category of family restaurants, two were observed, the “Cantina Romana” and the “Casa Colonial”. In the former, for special and more demanding clients, service was also special but the stock of wines was inadequate. In the “Casa Colonial” what was different to the previous place is the concern with the adequate conservation of the wine; for this they are constructing a wine cellar. In the “Ristorante La Távola di Capri” a wine service is offered. The waiter serves the wine, in spite of not having much concern about its conservation. The finalisation of the initial proposal is the elaboration of an explanatory booklet on the wine service, stocking and conservation. Due to the demands of the market in relation to the quality of the wine and the

service, the elaborated material proposes information on the subject to users, favouring the improvement of the service offered.

**Key words:** 1. wine, 2. family restaurant, 3. restaurant.

A monografia que deu origem a esta síntese retrata a realidade das condições de atendimento, no que diz respeito aos serviços de vinhos oferecidos pelos restaurantes escolhidos para a realização da pesquisa.

O serviço de vinhos é delicado, minucioso, requintado e encanta o cliente. Exige técnicas e conhecimento aprofundado sobre o assunto para um perfeito desenvolvimento, sendo necessária uma mão-de-obra qualificada.

Desse modo procurou-se focar a importância da qualificação da mão-de-obra que lida com o vinho, especificamente nos restaurantes de Campo Grande, capital do Mato Grosso do Sul.

A partir de um trabalho realizado em 1999, sobre os serviços de vinhos, na disciplina de alimentos e bebidas, surgiu a idéia de se realizar um estudo sobre a qualificação das pessoas envolvidas com o assunto.

A pesquisa caracterizou-se como sendo uma revisão bibliográfica, como estudo de caso e qualitativa, com o objetivo de demonstrar a falta de qualificação da mão-de-obra especializada nos serviços de vinho nos restaurantes de Campo Grande, dentre eles os escolhidos: La Távola di Capri, sito à Rua Jornalista Belizário Lima, 345, Cantina Romana, sito à Rua da Paz, 237 e Casa Colonial, sito à Av. Afonso Pena, 3991, todos na cidade de Campo Grande/MS.

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas estruturadas e semi-estruturadas, sendo que se sentiu a necessidade de alteração das mesmas, direcionadas aos clientes, aos proprietários, aos gerentes e aos garçons dos estabelecimentos comerciais escolhidos.

Foram utilizados registros fotográficos e referências bibliográficas.

A partir da coleta e observações realizadas nos estabelecimentos, foram analisadas a composição da carta de vinhos, a conservação e

armazenamento do vinho e a qualificação do pessoal envolvido e o processo de compra do vinho

Outro fato relevante, foi a oportunidade de conhecer a Confraria de Vinhos de Mato Grosso do Sul, a qual tem significativa participação neste trabalho.

Após essa análise compatibilizaram-se os resultados com um cruzamento dos dados coletados com o referencial teórico estudado.

A uva e o vinho participaram diretamente do contexto histórico mundial e sua evolução. Serão abordados, neste capítulo, desde sua evolução até o seu reconhecimento como responsável pela evolução de países pioneiros na vinificação. Primeiramente, este relato será em nível mundial, passando pelas histórias mitológicas e da área médica, até chegar ao Brasil.

Não se sabe ao certo quando e onde o vinho foi inventado, mas acredita-se que ele tenha sido descoberto pelos povos primitivos, a partir do momento em que pudessem colher a uva e armazená-la em recipientes onde fosse possível reter o seu suco.

As uvas, consideradas hoje selvagens, eram consumidas *in natura*<sup>1</sup>; essas uvas não tinham a propriedade de acumular açúcar e nem os componentes necessários para a elaboração do vinho.

A videira ideal para uma boa produção de vinho, deve, obrigatoriamente pertencer à família *Vitis Vinífera*, enquanto suas parentes da pré-história, pertenciam à família das *Vitis Rupestris*, *Vitis Riparia* e *Vitis Aestivalis*, as quais não cumprem as exigências necessárias para a elaboração do vinho, porque as uvas para produzir vinhos devem conter um terço de açúcar em sua estrutura.

Os egípcios não deram origem à fabricação do vinho, mas foram os pioneiros no registro de todas as etapas de sua fabricação, desde o

---

<sup>1</sup> *In natura* - do latim, natural. Chegada a Idade Média, a Igreja Católica tornou-se a detentora das verdades divinas e humanas; o simbolismo do vinho fez com que ela desempenhasse o papel mais importante para o renascimento, o desenvolvimento dos vinhedos e dos vinhos. Nos séculos seguintes, a igreja passou a ser proprietária de vários vinhedos, nos mosteiros das principais ordens religiosas da época, na Europa, e assim, levando consigo toda bagagem adquirida.

momento da colheita da uva até o modo de como a bebida era apreciada. Esse registro foi encontrado em pinturas que datam de 1000 a 3000 a.C. e, também, nas tumbas dos faraós, em taças e jarras nas quais eram oferecidos os vinhos nas ocasiões em que eram bebidos.

Paralelamente ao surgimento da videira no Egito, alguns precursores dos gregos ocuparam áreas de relevante valor no entorno do mar Egeu. Nessas regiões, foram cultivadas videiras e oliveiras, novas culturas que, além de enriquecer o cardápio, vieram enriquecer e estimular o comércio da região.

O vinho proporcionou uma melhor relação pessoal e comercial, devido à sua facilidade e naturalidade de transformar todos acontecimentos em festas.

A apreciação dos gregos pelo vinho vem se confirmar com a descoberta recente da adega do Rei Nestor, localizada ao sul da Grécia.

A uva foi trazida para a América por Cristóvão Colombo, em 1493, na sua segunda viagem às Antilhas, e se espalhou para o México, sul dos Estados Unidos e colônias espanholas da América do Sul.

As videiras foram trazidas para o Brasil por Martim Afonso de Souza em 1532, originárias da Ilha da Madeira, e plantadas por Brás Cubas, inicialmente no litoral paulista e depois, em 1551, na região de Tatuapé.

O principal motivo da transferência da vinha do litoral paulista para os arredores de Tatuapé e Piratininga, foi o clima. Por esse motivo, o plantio no litoral não foi muito bem sucedido.

A videira também foi introduzida em outros Estados brasileiros, como Minas Gerais, Santa Catarina, Bahia e Pernambuco, mas não tiveram resultados satisfatórios para a época.

A videira também foi introduzida em outros Estados brasileiros, como Minas Gerais, Santa Catarina, Bahia e Pernambuco, mas não tiveram resultados satisfatórios para a época.

No Rio Grande do Sul, foi obtido um resultado satisfatório, devido a vários fatores e o principal foi o clima, mas não havia interesse em dar continuidade a esse cultivo; os portugueses não queriam concorrência com os vinhos que eram importados de Portugal. Isso

ocasionou uma estagnação na produção de vinhos no Brasil, que voltou com força total com a chegada dos colonos italianos.

Para que o serviço de vinhos seja desempenhado perfeitamente, depende do conhecimento do profissional que o executa, tem sobre o assunto. Este capítulo trata dos serviços desempenhados pelos restaurantes, e fazendo referência aos restaurantes pesquisados em Campo Grande-MS.

Mas existem recursos para que parte desses problemas sejam resolvidos. Grandes instituições fornecem aperfeiçoamento em diversas áreas, inclusive essa. O interesse em melhorar a qualificação da mão-de-obra dos restaurantes, dependerá quase que exclusivamente dos proprietários dos restaurantes.

O desempenho do garçom ao servir o vinho ao cliente não consiste em apenas abrir uma garrafa e colocar o conteúdo na taça. É de suma importância na venda do produto e no encantamento do cliente. Campo Grande é uma capital que abriga uma diversidade infinita de culturas. Esse mosaico cultural pode ser percebido pela gama de restaurantes típicos existentes na cidade, das cantinas italianas até os restaurantes chineses.

Um crescimento no interesse sobre os vinhos e uvas pode ser percebido pelo surgimento de adegas comercializando vinhos e o mais importante, a criação da Confraria de Vinhos – MS.

Alguns pontos de extrema importância foram observados nos restaurantes, e foram tomados como pontos em comum: a dificuldade de encontrar mão-de-obra especializada, a falta de um maître que pudesse realizar um treinamento apropriado com os garçons, a falta de um sommelier para lidar melhor com o assunto vinhos e principalmente a conservação.

Em relação aos profissionais, alegou-se o alto custo de um funcionário deste gabarito, para as casas.

Observou-se que em relação aos garçons, a maioria trabalha por falta de opção, mas gostam do que fazem, procuram fazer bem feito, sabem servir o vinho corretamente e poucos procuram aperfeiçoamento profissional.

Percebeu-se, por parte dos clientes, por meio de contatos verbais, a insatisfação dos mesmos em relação ao preço das bebidas. Foi alegado, como justificativa, por parte das casas, o alto imposto cobrado no Estado para a entrada do vinho.

De um total de vinte clientes entrevistados, a preferência por vinho para acompanhar as refeições, foi de 65%. Eles dizem ter algum conhecimento sobre o assunto e acham inadequado o tratamento que lhe é dado.

Um fato curioso percebido no decorrer das entrevistas foi a curiosidade por parte dos clientes sobre o assunto. A grande maioria dos entrevistados, freqüentadores assíduos do Ristorante La Távola di Capri, consumidores de vinhos, não tinham conhecimento na área, mas tinham interesse em conhecer.

## **Conclusão**

É de relevância a qualidade de atendimento, hoje, uma exigência do próprio mercado.

Tentou-se buscar o tratamento que era dado ao assunto vinhos, pelas casas pesquisadas. Observou-se a importância, porém, o desempenho deixava a desejar.

O fato mais importante constatado foi o da guarda dos vinhos, pois as casas fazem um investimento alto (o preço pago pela bebida não é muito acessível aos restaurantes), mas não se oferece um acondicionamento adequado, colocando em risco todo o seu estoque.

O vinho, quando bem trabalhado, apresentado e servido, chama a atenção dos clientes que o solicitaram e dos demais, aguçando o desejo da degustação e encantando com a maneira de ser servido.

Considerando as atuais carências das casas, vê-se ser necessário o imediato remanejamento nas condições de guarda dos vinhos e a oferta de cursos de qualificação para os funcionários envolvidos com o serviço, para assim proporcionarem um melhor atendimento ao público apreciador de vinhos.

## Bibliografia

A HISTÓRIA do vinho. (2000) Extraído do Livro The Story of Wine de Hugh Johnson, 1998. <http://academiadovinho.com.br/historia/htm>

A VINDIMA (2000). [http://www.200.192.85.2/vinhosbrasil/01process2\\_br.html](http://www.200.192.85.2/vinhosbrasil/01process2_br.html)

AZEVEDO, Israel Belo de. *O prazer da produção científica*. Piracicaba-SP : UNIMEP, 1999.

BÍBLIA, *Bíblia Sagrada*. AVE MARIA - São Paulo, 90. ed. 1993.

BRAGA, Felipe (2000). *Vinhos e combinações*. <http://www.baguete.com.br/gastronomia/gastronomia.asp?ID=39276>

\_\_\_\_\_. *Vinhos e combinações – segunda parte*. <http://www.baguete.com.br/gastronomia/gastronomia.asp?ID=41726>

BRASIL e suas regiões produtoras. *Bom Vivant*, Caxias do Sul-RS, ano 2, n. 21, p. 4-12, ago. 2000. (matéria da capa).

CASTELLI, Geraldo. *Administração hoteleira*. 6. ed. Caxias do Sul-RS : EDUCS, 1999.

CATALUÑA, Ernesto. *As uvas e os vinhos*. 3 ed. São Paulo : Globo, 1991. (Coleção do Agricultor – Vitivinicultura).

CURIOSIDADES (2000). *Copos*. <http://geocities.com/napavalley/veneyard/4921/curiosidades7.htm>

DAVIES, Carlos Alberto. *Alimentos e bebidas*. 1. ed. Caxias do Sul-RS : EDUCS, 1999.

DAYAN, Elie I. *Restaurante: técnicas de serviço*. 4. ed. Caxias do Sul-RS : EDUCS, 1990.

FEDERICO, Ennio. Segunda aula de vinhos. *Revista Gula*, Rio de Janeiro : Camelot, n. 84, p.113-7, out. 1999.

\_\_\_\_\_. Terceira aula de vinhos. *Revista Gula*, Rio de Janeiro : Camelot, n. 85, p. 109-14, nov. 1999.

\_\_\_\_\_. Quarta aula de vinhos. *Revista Gula*, Rio de Janeiro : Camelot, n. 86, p. 127-35, dez. 1999.

\_\_\_\_\_. Quinta aula de vinhos. *Revista Gula*, Rio de Janeiro : Camelot, n. 87, p. 105-9, jan. 2000.

\_\_\_\_\_. Sexta aula de vinhos. *Revista Gula*, Rio de Janeiro : Camelot, n. 88, p. 106-9, fev. 2000.

FESTA da Uva (2000). <http://terra.com.br/paginadogaucho/fest/fu.htm>

GERENCIAMENTO de alimentos e bebidas. Apostila - Centro Europeu, 1996.

HADDAD, Silvio Helabras. *A confraria do vinho – MS*. Campo Grande-MS : [s.n.], outubro de 2000.

JOHNSON, Hugh. *A história do vinho*. São Paulo : Companhia das Letras, 1999.

LONA, Adolfo A. O vinho e a saúde do corpo e da alma. *Bon Vivant*, Caxias do Sul-RS, ano1, n. 06, p. 3-7.

MANUILA, L.; MANUILA, A.; NICOULIN, M. *Dicionário médico Andrei*. 7. ed. São Paulo : Andrei, [s.d.].

MARICATO, Percival. *Como montar e administrar bares e restaurantes*. São Paulo : Comunicação, 1997.

MIRANDA, Fernando W. *Arte do vinho*. Rio de Janeiro : SENAC, 1997.

MITOLOGIA on line - Dionísio (2000). <http://www.geocities.com/Athenas/Olympus/7866/dionísio.html>

O SERVIÇO de vinhos nos restaurantes. *Bom Vivant*, Caxias do Sul-RS, ano 2, n. 8, p. 3-5, jun. 1999. (matéria da capa).

PACHECO, Aristides de Oliveira. *Iniciação à enologia*. São Paulo : SENAC, 1995. (Série Apontamentos).

PACHECO, Aristides de Oliveira; SILVA, Silwa Helena. *Vinhos e uvas*. São Paulo : SENAC, 2000.

SEVERINO, Antonio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo : Cortez, 2000.

TOLEDO, Luís Roberto. De boa cepa, Vitivinicultura. *Globo Rural*, Rio de Janeiro, ano 15, n. 174, p. 40, abr. 2000.

VIERA, Elenara de; CÂNDIDO, Índio. *Garçom*. Canoas-RS : ULBRA, 1996.

VINHOS (2000). *Servindo Vinho*. <http://academiadovinho.com.br/convivio/servico.htm>