

La carta de vinos

Una seria propuesta profesional y un buen asesoramiento a los comensales repercuten directamente en la facturación de cada local.

Creemos firmemente que para elaborar la carta de vinos es conveniente estar asesorado por uno o más profesionales en la materia, que sugieran -en base a la pauta del manager (o dueño)- cuáles son los que no deben faltar en el restaurante.

Pero esta decisión no es arbitraria. Debe estar basada no solo en pautas preestablecidas sino que además debe contemplar: el tipo de comida que allí se ofrece, las novedades de las bodegas, qué vino es comercialmente bueno para el cliente y cuál lo es para el restaurante, entre otros factores.

Sólo los especialistas saben cuáles son los últimos lanzamientos, qué bodegas tienen buena relación calidad-precio, y de qué manera se pueden aprovechar estas variables a favor de la facturación.

Seguramente estarán aquellos vinos de moda y los clásicos que se deben tener y ofrecer. Pero no hay que olvidar que una seria propuesta profesional diluye las dudas del comensal.

A mozos y sommeliers

Recomendaciones que no deben descuidar:

Primera:

Verificar, antes de llevar el pedido a la mesa, que los vinos se encuentren a la temperatura correcta.

Segunda:

Todas y cada una de las aclaraciones que un cliente solicite sobre vinos, platos, especias, recetas y otros, deben ser respondidas con conocimiento y no con mentiras e improvisaciones. Es mejor disculparse si no se conoce la respuesta y decir que lo va a consultar. Si de todas formas no se encuentra una respuesta, lo más positivo es decir: "No sabemos, le enviaremos un mail o una carta con su inquietud". Obvio que después hay que enviar lo prometido.

Las respuestas inventadas por los mozos o managers terminan desprestigiando al restaurante. Desmerece la calidad del servicio y se puede decir que perjudica tanto como si el cliente hubiese comido mal.

Por supuesto que sabemos que las preguntas ridículas abundan en los restaurantes. Ante ello sugerimos que sean respondidas con la mejor sonrisa. El cliente tiene razón siempre, aunque no nos guste.

El mozo, el somelier o quien esté a cargo de la mesa debe preguntar por la bebida a los comensales antes de que elijan la comida; ternura, defecto y vicio de las cantinas

El vino: otro episodio

En la diversidad de la clientela vamos a encontrar mucha gente que sabe de vinos (o que dice saber). No es de sorprenderse si una vez que degustan lo devuelven, porque encuentran “que no sabe bien”, “que está malo, ácido, dulce...” o “porque no les gustó la recomendación”. Lo mejor en estos casos es no contradecirlos... son los gajes del oficio.

¿Por qué en algunos no hay?

En muchos restaurantes no existe una carta de vinos estudiada, pensada, analizada por un experto.

¿Por qué? Porque quien compra el vino a veces es el encargado de compras de turno, que no necesariamente tiene la obligación de saber de vinos. La comodidad del gastronómico hace que muchos caigan en este error. Se deja aconsejar por un vendedor (no por la bodega) que hace su trabajo de vendedor y no de asesor de cartas de vinos de restaurantes, que no le corresponde.

Sería apresurado calificar todos estos relatos como exagerados. Son experiencias que hemos visto y vivido como profesionales y mucho más como clientes.

Tampoco ocurre en todos los restaurantes del mundo o de Buenos Aires, pero existe la suficiente cantidad de establecimientos gastronómicos que en sus encuestas reflejan esta problemática. Entonces, otra vez: ¿Quién elige los vinos en este restaurante?

La falta absoluta de calidad, profesionalismo y la ausencia de un mínimo cariño por la gastronomía son en gran parte los responsables de este fenómeno.

Los clientes saben muy bien cuándo exigir, cuándo pedir y cuándo disculpar. No es un tema de cantidad de bodegas o cepas, sino de cierta coherencia entre los vinos -aunque sean pocos- que se ofrezcan.

Los comensales no pretenden ni enseñarles ni modificarles el bolsillo a los gastronómicos; pero sí pedirles que piensen un poco en ellos.

En definitiva, la consecuencia de estas odiseas que miles de clientes padecen diariamente en ciertos lugares son los que hacen que un restaurante se funda.

Sólo los especialistas saben cuáles son los últimos lanzamientos, qué bodegas tienen buena relación calidad-precio, y de qué manera se pueden aprovechar estas variables a favor de la facturación.

Pero no hay que olvidar que una seria propuesta profesional diluye las dudas del comensal.

Las respuestas inventadas por los mozos o managers terminan desprestigiando al restaurante.

La falta absoluta de calidad, profesionalismo y la ausencia de un mínimo cariño por la gastronomía son en gran parte los responsables de las pérdidas en la facturación.