Machine Translated by Google
RCMOS - Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 1 2026 | Envío: 05/02/2026 | Aceptado: 09/02/2026 | Publicación: 19/02/2026

Mixología basada en la ciencia sensorial y la ingeniería de costos: desarrollo de Cócteles, estandarización de especificaciones técnicas y optimización del rendimiento financiero en bares y restaurantes.

Mixología basada en la ciencia sensorial y la ingeniería de costos: desarrollo y estandarización de cócteles. Fichas técnicas y optimización del rendimiento financiero en bares y restaurantes.

Dalison Santos

Resumen

La elaboración de cócteles ocupa una posición estratégica en bares, restaurantes y establecimientos de hostelería, ya que articula la experiencia sensorial, la identidad del local, el rendimiento financiero y... Dinámica operativa. A pesar de ello, una parte significativa de las cartas de cócteles aún se estructura con escasa formalización técnica, recetas poco estandarizadas, control insuficiente de las porciones, pérdidas no cuantificadas y precios basados en criterios intuitivos. Este artículo analiza la gestión de cócteles desde la perspectiva de la integración de la ciencia sensorial y la ingeniería de costes, entendiendo el cóctel como un producto que es simultáneamente organoléptico, operativo y económico. La investigación adopta un enfoque cualitativo, bibliográfico y teórico-aplicado, basado en una revisión bibliográfica integradora sobre la percepción multisensorial del gusto, la aceptación de bebidas alcohólicas, la gestión de menús, la ingeniería de menús, el cálculo de costes basado en actividades y el desperdicio en la hostelería.

Se argumenta que la calidad de un cóctel depende no solo de la combinación de ingredientes, sino también de la coherencia entre la formulación sensorial, el método de preparación, el rendimiento de los ingredientes, el tiempo de ejecución, el control de pérdidas, la seguridad operativa y el valor percibido por el consumidor. Como contribución, se propone un modelo técnico para el desarrollo y la gestión de cócteles, estructurado en seis etapas: diagnóstico, creación de prototipos, evaluación sensorial interna, ajuste técnico-económico, formalización de la ficha técnica y seguimiento posterior al lanzamiento. Se concluye que la profesionalización de la coctelería requiere superar la lógica artesanal no documentada, sin eliminar la creatividad, pero sometiéndola a criterios de consistencia, viabilidad y rendimiento.

Palabras clave: coctelería; ciencia sensorial; elaboración de cócteles; ingeniería de costes; gestión de menús; hostelería.

Abstracto

La gestión de cócteles se ha vuelto estratégicamente relevante en bares, restaurantes y establecimientos de hostelería, ya que conecta la experiencia sensorial, la identidad de la empresa, el rendimiento financiero y el flujo operativo. Sin embargo, muchas cartas de cócteles aún se desarrollan con una formalización técnica limitada, recetas poco estandarizadas, un control de porciones insuficiente, pérdidas no cuantificadas y precios intuitivos. Este artículo analiza la gestión de cócteles integrando la ciencia sensorial y la ingeniería de costes, entendiendo los cócteles como productos sensoriales, operativos y económicos. El estudio adopta un enfoque cualitativo, bibliográfico y teórico-aplicado, basado en una revisión integradora de la literatura sobre percepción multisensorial del sabor, aceptabilidad de bebidas alcohólicas, gestión de menús, ingeniería de menús, cálculo de costes basado en actividades y desperdicio de alimentos en la hostelería. Argumenta que la calidad de un cóctel depende no solo de las combinaciones de ingredientes, sino también de la coherencia entre la formulación sensorial, los métodos de preparación, las recetas estándar, el rendimiento de los ingredientes, los tiempos de ejecución, el control de residuos, la seguridad operativa y el valor percibido por el consumidor. Como contribución, el artículo propone un modelo técnico para el desarrollo y la gestión de cocteles, estructurado en seis etapas: diagnóstico, creación de prototipos, evaluación sensorial interna, ajuste técnico-económico, formalización de recetas estándar y seguimiento posterior al lanzamiento. El artículo concluye que la coctelería profesional requiere superar las prácticas artesanales no documentadas, sin reprimir la creatividad, sino sometiéndola a criterios de consistencia, viabilidad y rendimiento.

Palabras clave: coctelería; ciencia sensorial; cócteles; receta estándar; ingeniería de costes; gestión de menús; hostelería.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS – Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 1 2026 | Envío: 05/02/2026 | Aceptado: 09/02/2026 | Publicación: 19/02/2026

1. Introducción

La elaboración de cócteles se ha convertido en uno de los aspectos más visibles de la hostelería contemporánea. En bares y
En los restaurantes, un cóctel no es simplemente una bebida preparada para su consumo inmediato;
Constituye un producto con un margen significativo, un recurso diferenciador, un vector de experiencia y
una herramienta para componer el menú. La elección de una bebida puede anticipar la percepción de
Los comentarios de los clientes sobre el establecimiento influyen en el gasto medio por cliente, prolongan la estancia y aumentan las ventas.
alimentos y reforzar la identidad sensorial del establecimiento.

Esta relevancia, sin embargo, no siempre va acompañada de madurez gerencial. En muchas operaciones,
La elaboración de cartas de cócteles sigue dependiendo del repertorio y la memoria de cada persona.
El proceso se basa en criterios informales y poco definidos. Las recetas se transmiten oralmente; las medidas varían.
Entre los profesionales, las frutas y los jarabes no tienen un rendimiento calculado; las guarniciones se preparan más arriba.
en función de la demanda; las pérdidas se absorben como un coste inevitable; y los precios se determinan por comparación.
Un enfoque genérico en comparación con la competencia. El resultado es una operación vulnerable: la misma fórmula puede variar.
El sabor varía según el camarero, el turno, la cantidad de hielo disponible, el tiempo de preparación o la presión al servirlo.
El problema no se limita a la estandarización de recetas. La elaboración de cócteles abarca dimensiones sensoriales,
Factores operativos y económicos que deben abordarse conjuntamente. Una bebida, técnicamente hablando.
Un sistema equilibrado puede resultar financieramente inviable si utiliza insumos costosos, perecederos y de lenta rotación.
Un cóctel rentable puede comprometer la experiencia si tiene una baja aceptación sensorial o
Ejecución inconsistente. Un elemento original puede realzar la imagen de la casa, pero también puede generar cuellos de botella en...
Las horas punta requieren muchos pasos de preparación. Por lo tanto, una gestión eficiente exige que...
La creatividad, el método sensorial y el control de costos deben entenderse como partes de un
mismo sistema.

La ciencia sensorial proporciona una base para comprender cómo el aroma, el sabor, la apariencia, la textura,
La temperatura y el contexto influyen en la percepción del consumidor. Por lo tanto, la ingeniería de costos
A su vez, permite identificar el costo real de la porción, el rendimiento de los insumos y las pérdidas debidas a...
La perecibilidad, el impacto de la mano de obra y la contribución de cada artículo al resultado financiero.
La gestión de menús integra estas dimensiones al tratar el menú como un instrumento de
Planificación, comunicación, operación y análisis del rendimiento.
El objetivo de este artículo es proponer un modelo técnico para el desarrollo y la gobernanza de
Cócteles en bares y restaurantes, combinando la ciencia sensorial y la estandarización de las especificaciones técnicas.
Gestión de pérdidas y precios. La investigación parte de la siguiente pregunta: ¿cómo se integra entre
El análisis sensorial y la ingeniería de costes pueden mejorar la consistencia y el rendimiento operativos.
¿Cuál es el aspecto financiero de las cartas de cócteles?

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS – Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 1 2026 | Envío: 05/02/2026 | Aceptado: 09/02/2026 | Publicación: 19/02/2026

2. El cóctel como producto sensorial

El cóctel es un producto sensorialmente denso. Su percepción no surge únicamente de la suma de sus componentes.
ingredientes, pero también la interacción entre estímulos gustativos, aromáticos, táctiles, visuales y otros.
Factores contextuales. El dulzor, la acidez, el amargor, el contenido de alcohol, el cuerpo, la temperatura y la dilución no influyen.
De forma aislada. Cada elemento modifica al otro. La acidez puede hacer que el dulzor sea más limpio; azúcar
Puede reducir la agresividad alcohólica; el amargor puede prolongar la persistencia; la dilución puede integrar
Sabores; la temperatura puede alterar la volatilidad aromática; el tipo de vidrio puede influir en las expectativas.
La literatura sobre la percepción multisensorial del gusto demuestra que los consumidores no evalúan
alimentos y bebidas exclusivamente para el gusto. El aroma, especialmente a través de la vía retronasal,
La apariencia juega un papel decisivo en la experiencia gustativa. La textura anticipa las expectativas.
Participa en la idea del cuerpo. La temperatura altera la frescura, la intensidad y la percepción del alcohol. Incluso
El entorno puede interferir en la evaluación del producto. En el mundo de los cócteles, este fenómeno es aún más pronunciado.
Esto resulta evidente, ya que el alcohol actúa como disolvente aromático, agente térmico y elemento de percepción táctil.
La experiencia sensorial de un cóctel depende del equilibrio, pero el equilibrio no significa...
Neutralidad. Una bebida puede ser seca, amarga, ácida, alcohólica o dulce, siempre y cuando esa dirección sea...
coherente con el concepto de la bebida. Un aperitivo puede sostener el amargor; un sour requiere tensión entre
acidez y dulzor; un highball enfatiza la ligereza y la carbonatación; un cóctel removido puede realzar...
la fuerza alcohólica y la profundidad aromática; una bebida de postre puede explorar el cuerpo y el
Persistencia. El error técnico no radica en la intensidad, sino en la falta de dominio.
La aceptación también depende del contexto de consumo. Las bebidas alcohólicas se consumen en
distintos contextos sociales, gastronómicos y emocionales. El mismo cóctel puede ser apropiado para
Relajación, celebración, aperitivo, cena o consumo nocturno. La preferencia del consumidor no
Se deriva únicamente de los atributos químicos de la bebida; implica familiaridad, ocasión, compañía,
expectativa y disposición a experimentar. Por lo tanto, la formulación de bebidas debe considerar no
No se trata solo de qué se servirá, sino también de a quién, cuándo y con qué función dentro de la experiencia.
La ciencia sensorial ayuda a transformar impresiones vagas en criterios de evaluación. En lugar de
Para registrar si un cóctel es "fuerte", "débil" o "bueno", la evaluación técnica debe identificar si existe...
Contenido de alcohol percibido excesivo, baja dilución, baja acidez, dulzor excesivo, aroma apagado, cuerpo.
Finalización insuficiente o desequilibrada. Cada diagnóstico requiere una intervención diferente. Aumentar la
El contenido de azúcar no resuelve un problema de aroma; reducir el contenido de destilado no lo corrige.
necesariamente una dilución inadecuada; reemplazar la junta no resuelve una falla estructural de
acidez.

Este tipo de análisis no elimina la creatividad del barman. Al contrario, permite que la creación sea...

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS – Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 1 2026 | Envío: 05/02/2026 | Aceptado: 09/02/2026 | Publicación: 19/02/2026

Comunicable, repetible y mejorable. La coctelería profesional depende del repertorio, pero también
de método. Sin registro, la creación sigue siendo frágil. Con evaluación sensorial, ficha técnica y
La monitorización implica que el cóctel ya no es solo un acto individual, sino un producto.
manejable.

3. Carta de cócteles y gestión de la carta

El menú suele percibirse como una lista de productos disponibles. En términos
En los puestos de gestión, su función es más amplia. Determinan las compras, el inventario, la mise en place, la formación,
Equipo, tiempo de producción, comunicación con el cliente y seguimiento de la rentabilidad. En este caso
En el mundo de los cócteles, esta función es aún más delicada, ya que cada elemento puede incluir licores, destilados,
Frutas, jarabes, infusiones, hielo, guarniciones, utensilios, técnicas específicas y tiempos de preparación.
distinto.

La bibliografía sobre gestión de menús entiende el menú como un proceso de planificación integrado.
Precios, diseño, operación y desarrollo. Aplicado a la elaboración de cócteles, este conocimiento...
Impide que el menú sea tratado como una colección de recetas independientes. Un menú de bebidas.
Debe tener composición, jerarquía y propósito. No basta con simplemente armar cócteles técnicamente interesantes;
Es necesario organizar un portafolio capaz de satisfacer las necesidades de diferentes perfiles y momentos de consumo.
patrones de consumo, rangos de precios, niveles de complejidad y objetivos de margen.
La planificación debe comenzar con un diagnóstico operativo. Un bar con mucho volumen de clientes necesita bebidas.
Rápido, constante y adaptado al flujo de clientes. Un restaurante de alta cocina puede mantener este ritmo .
mayor complejidad, siempre que el servicio pueda explicar y presentar la propuesta. Una operación informal.
Puedes priorizar las bebidas que sean fáciles de entender, con poco desperdicio y asequibles. En todos los casos,
La selección de los elementos debe tener en cuenta al público, la oferta gastronómica, las capacidades del personal y...
Estructura física, proveedores y comportamiento de la demanda.
La variedad es un punto de equilibrio. Los menús extensos amplían las opciones, pero aumentan el riesgo.
Inventario, capacitación, riesgo de pérdida y dispersión operativa. Menús muy limitados.
Facilitan el control, pero pueden limitar la experiencia. El criterio no debería ser la cantidad, sino la...
Complementariedad. Un menú consistente podría incluir cócteles cítricos, refrescantes y amargos,
Batidos, espumosos, afrutados, sin alcohol y de temporada, siempre que cada ingrediente tenga una función.
definido.

El lenguaje utilizado en un menú influye directamente en la elección. Nombres, descripciones y organización visual.
No son elementos decorativos. Guían las expectativas y el valor percibido. Una descripción
Una etiqueta eficaz debe proporcionar información sobre la base alcohólica, el perfil sensorial y las características distintivas sin...

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google

Año VII, vol. 1 2026 | Envío: 05/02/2026 | Aceptado: 09/02/2026 | Publicación: 19/02/2026

Evite usar adjetivos excesivos. El consumidor necesita entender si la bebida es cítrica, dulce, amarga,
Seco, ligero, con cuerpo, aromático o alcohólico. Las descripciones demasiado abstractas dificultan la decisión.
Las descripciones demasiado técnicas pueden alejar a los consumidores menos familiarizados con el tema.
Los precios deben estar en consonancia con la cartera de productos. El precio de un cóctel no depende únicamente de su coste.
de los ingredientes. También depende del valor percibido, la comparación con artículos sustitutos, la
margen de contribución, tiempo de preparación, presentación, demanda y posicionamiento de
Una bebida de bajo costo puede alcanzar un precio elevado si tiene una gran aceptación y un fuerte atractivo.
Identidad. Un cóctel con ingredientes caros puede resultar inviable si no transmite una determinada percepción.
proporcional. El menú necesita equilibrar los productos de volumen, los productos de margen y los artículos de
Opciones de imagen y acceso.

4. Especificaciones técnicas, estandarización y funcionamiento

La ficha técnica es el principal instrumento para controlar la producción de cócteles. Debe registrar los ingredientes,
cantidades, método de preparación, tipo de hielo, vaso, guarnición, tiempo estimado de preparación,
Rendimiento, coste, precio, margen, vida útil de las preparaciones intermedias, alérgenos y observaciones.
de servicio. Cuando está bien diseñado, no solo funciona como una receta. Organiza la producción,
Capacitación, compras, inventario, precios y evaluación del desempeño.
La falta de una ficha técnica crea variabilidad. Un camarero podría usar más alcohol que otro; uno
Puede agitarse durante más tiempo; otro puede usar hielo inadecuado; otro puede cambiar la guarnición por
conveniencia; otro puede compensar la acidez con azúcar indiscriminadamente. El consumidor nota estos
Las diferencias se perciben como una inconsistencia. La empresa, a su vez, absorbe los efectos en forma de costes.
Eventos imprevistos, márgenes distorsionados y pérdida de confianza.
La estandarización requiere precisión en las mediciones. El uso de medidores, balanzas, recetas escritas y...
Los procedimientos claros reducen las desviaciones en las porciones. En los cócteles con cítricos, la estandarización es aún más importante.
Lo más importante es que los limones, las naranjas y otras frutas varían en acidez, dulzor y rendimiento. Jarabes
Los jarabes y otros productos similares requieren una proporción definida, un lote identificado y una fecha de caducidad controlada. Las infusiones requieren...
Se registran el tiempo, la temperatura, el contenido de alcohol y el método de filtración. Esto se aplica a las espumas,
purés, jarabes y preparaciones más complejas.
La mise -en-place constituye la dimensión práctica de la ficha técnica. Un menú solo es ejecutable si...
La estación de bar debe estar organizada. Fruta cortada, hierbas desinfectadas, jarabes etiquetados, botellas
El hielo bien colocado, la cantidad suficiente, los utensilios limpios y los vasos fácilmente disponibles reducen el tiempo y los costos del servicio.
Errores de ejecución. Sin embargo, la preparación debe ajustarse según la demanda.
Preparar poco conlleva interrupciones; preparar demasiado conlleva desperdicio. El enfoque adecuado depende de los antecedentes.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMSD - Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 1 2026 | Envío: 05/02/2026 | Aceptado: 09/02/2026 | Publicación: 19/02/2026

ventas, día de la semana, clima, reservas, eventos y estacionalidad.

La capacitación debe abarcar tanto la ejecución como la comunicación. El personal del bar debe replicar...

técnica y estándar; el equipo de servicio necesita comprender el perfil sensorial, la intensidad alcohólica,

La ocasión para su consumo y el motivo de su recomendación. Un cóctel puede tener una excelente formulación.

Las ventas pueden bajar si el equipo no sabe cómo presentarlo. También puede venderse bien al principio y luego perder valor.

Se pierde credibilidad si la ejecución no coincide con la descripción.

La estandarización debe incluir la seguridad operativa. El bar maneja hielo, fruta, hierbas, utensilios,

Superficies, bebidas, productos lácteos, huevos, frutos secos y otros posibles alérgenos. El hielo es uno de los ingredientes.

No es solo un medio para enfriar. Los adornos entran en contacto directo con la bebida. Jarabes y

Las frutas tienen fecha de caducidad. Los utensilios mal desinfectados pueden comprometer la seguridad y el sabor.

La experiencia del cliente también depende de la invisibilidad de estos controles.

5. Ingeniería de costos y residuos

La rentabilidad de un cóctel comienza antes de la venta. Se acumula durante la compra, el almacenamiento,

El costo de la bebida abarca desde la preparación y el porcionado hasta el servicio y la eliminación. No se limita al licor principal.

Incluye licores, amargos, zumos, jarabes, frutas, guarniciones, hielo especial, preparaciones intermedias,

Pérdidas de rendimiento, averías, sobredosificación y, en análisis más exhaustivos, tiempo de mano de obra.

El costo por porción debe calcularse en función de la tarjeta de la receta. Las bebidas se pueden convertir en

Costo por mililitro. Las frutas deben evaluarse por su rendimiento neto, no solo por su precio.

Compra. Un kilogramo de fruta rara vez corresponde a un kilogramo de insumo utilizable. Cáscaras, semillas,

La fibra, la oxidación, la maduración y la eliminación influyen en el coste final. Los jarabes artesanales deben tener en cuenta estos factores.

ingredientes y el volumen final utilizable. Las guarniciones, aunque parezcan pequeñas, se convierten

relevante cuando se multiplica por el volumen de ventas.

El desperdicio en la industria hotelera a menudo se debe a fallas distribuidas a lo largo de todo el proceso.

barra, aparece en compras que superan la demanda, almacenamiento inadecuado, fruta en mal estado,

Jugos oxidados, hierbas desechadas, jarabes caducados, guarniciones sin usar, bebidas rehechas,

Derrames, inventario incorrecto y consumo no registrado. La pérdida no es solo financiera.

Esto revela una falta de alineación entre el menú, la previsión de la demanda, la preparación de los ingredientes y la operación.

La gestión de residuos debe ser preventiva. La mejor manera de reducir las pérdidas no es solo...

supervisar la eliminación de residuos, pero también diseñar el menú y los procesos para que esta se lleve a cabo.

Menos. Compartir ingredientes entre diferentes cócteles puede aumentar la facturación y reducir los costes.

La caducidad de los productos es un factor importante, siempre y cuando no haga que el menú sea repetitivo. Se pueden utilizar ingredientes de temporada.

Cuando ofrecen la mejor relación calidad-precio, las guarniciones deben ser sensoriales y visuales, no meramente superfluas.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS - Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 1 2026 | Envío: 05/02/2026 | Aceptado: 09/02/2026 | Publicación: 19/02/2026

Ornamentales. Las preparaciones intermedias deben tener un volumen compatible con las ventas proyectadas.
El costeo basado en actividades amplía este análisis. Dos cócteles con costos de insumos.
Cosas similares pueden tener impactos operativos muy diferentes. Una bebida ensamblada directamente en el
Preparar un vaso de agua lleva menos tiempo que preparar una bebida que requiere agitarla en seco, colarla dos veces y espumarla.
Ahumado y acabado en la mesa. Durante las horas punta, el tiempo de preparación es la capacidad de producción.
Un cóctel de alto margen puede reducir la rentabilidad al crear cuellos de botella, retrasar los pedidos e impedir...
Vender artículos más rápido.
Por lo tanto, la ingeniería de costos debe considerar tanto los costos de materiales como los operativos. El primero
El primero aparece en la lista de ingredientes. El segundo aparece en el tiempo, la complejidad, el entrenamiento y...
Sin riesgo de error. Una operación madura no necesariamente elimina las bebidas complejas, pero sí las conserva.
Complejidad para productos que justifiquen precio, imagen, margen y demanda.

6. Metodología

La investigación es cualitativa, bibliográfica y teórico-aplicada. Una revisión integradora de...
Literatura centrada en seis ejes: percepción multisensorial del sabor; aceptación de cócteles.
Alcoholismo y contexto de consumo; gestión de menús de restaurantes; ingeniería de menús; cálculo de costes.
basado en actividades; y desperdicio en la hostelería.
La elección de una revisión integradora se justifica por la naturaleza interdisciplinaria del tema. La gestión de
Los cócteles no pertenecen a un único campo de análisis. Requiere un diálogo entre la ciencia sensorial, la...
comportamiento del consumidor, operaciones de alimentos y bebidas, contabilidad de gestión,
Precios y hospitalidad. Este enfoque permite combinar contribuciones conceptuales y aplicadas a...
para construir un modelo de gobernanza operativa.
Se priorizaron los artículos revisados por pares, los trabajos técnicos sobre coctelería y las referencias sobre el tema.
Gestión de alimentos y bebidas. El análisis se realizó utilizando un enfoque temático, con el objetivo de
Identificar categorías recurrentes: equilibrio sensorial, contexto de consumo, estandarización, costo por
Tamaño de las porciones, rendimiento, pérdidas, precios, tiempo de preparación y seguimiento del menú. Comenzando desde
A partir de estas categorías, se creó un modelo de desarrollo de cócteles de seis pasos, con
Su finalidad se aplica a bares y restaurantes.
No se utilizaron datos financieros reales, pruebas con consumidores ni información interna.
establecimientos específicos. La propuesta es de naturaleza tanto conceptual como operativa. Su objetivo es ofrecer
una estructura de toma de decisiones técnicamente sólida, adaptable al tipo de operación, al público y a la
Ubicación, legislación, proveedores y posicionamiento empresarial.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS – Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 1 2026 | Envío: 05/02/2026 | Aceptado: 09/02/2026 | Publicación: 19/02/2026

7. Modelo técnico para el desarrollo y la gobernanza de cócteles

El desarrollo de cócteles debe comenzar con el diagnóstico. Antes de la creación, es necesario
comprender el problema que el nuevo artículo pretende resolver. Se puede crear una bebida para expandir
En los márgenes, renueve la carta, satisfaga la demanda de bebidas con bajo contenido alcohólico y ofrezca una alternativa.
sin alcohol, reducir las pérdidas de un ingrediente determinado, armonizar con los platos, acelerar el servicio o
Para reforzar la identidad de la casa. La ausencia de este diagnóstico conduce a la creación de productos interesantes,
pero sin una función clara.

La segunda etapa es la creación de prototipos. El prototipo debe probar proporciones, técnicas e ingredientes con...
Registro preciso. Cada versión debe indicar las medidas, el método, el hielo, el vaso, la guarnición y el tiempo de cocción.
Preparación y observaciones sensoriales. La creación de prototipos permite comparar versiones y comprender el efecto.
Basta con pequeños ajustes. En los cócteles cítricos, unos pocos mililitros de jarabe o jugo pueden alterar el sabor...
Equilibrio. En las bebidas agitadas, la dilución y la temperatura definen la integración. En las bebidas amargas,
La dosis influye en la aceptación. En los cócteles carbonatados, el orden de preparación y conservación también influye.
El gas interfiere con la percepción de frescura.

La tercera etapa es la evaluación sensorial interna. Un panel compuesto por profesionales de bares, restaurantes y otros sectores...
La gerencia puede evaluar el equilibrio, el aroma, la acidez, el dulzor, el amargor, el cuerpo, el final, la presentación,
Tiempo de ejecución y facilidad de recomendación. La presencia del área de comedor es relevante porque el camarero
El maître d' a menudo traduce el producto al cliente. La gerencia está involucrada en la evaluación de costos, inventario,
Precio y viabilidad. La evaluación debe generar un diagnóstico, no solo una aprobación o un rechazo.

La cuarta etapa es el ajuste técnico-económico. El producto, incluso después de la aprobación sensorial, puede requerir ajustes adicionales.
Costo, rendimiento o ajustes operativos. Si la bebida es buena pero cara, es posible revisar...
El ingrediente, la porción, la guarnición o el precio. Si la fórmula es rentable pero sensorialmente inestable,
Es necesario ajustarlo. Si es atractivo pero lento, puede requerir cierta preparación o simplificación.
Un ajuste adecuado preserva la esencia del cóctel y elimina las debilidades que comprometen su eficacia.
permanece en el menú.

El quinto paso consiste en formalizar las especificaciones técnicas. La fiesta solo debe celebrarse una vez que se haya completado su ejecución.
Se puede reproducir. La hoja debe contener la receta, el método, el estándar visual, el costo, el precio y la fecha de caducidad.
Ingredientes, alérgenos y directrices de venta. También debe incluir información sobre el perfil sensorial y la ocasión.
Recomendado. Esta dimensión comercial es crucial: el equipo necesita saber a quién ofrecer la bebida y
Cómo describirlo.

El sexto paso es el seguimiento posterior al lanzamiento. El menú debe ser rastreado por ventas,
Margen, pérdidas, tiempo de preparación, comentarios del equipo y reacción del cliente. Una fiesta de cóctel puede...
Obtuvo buenas críticas en las pruebas internas, pero tuvo un desempeño deficiente en la sala de exposición. El problema podría ser el precio.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS - Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 1 2026 | Envío: 05/02/2026 | Aceptado: 09/02/2026 | Publicación: 19/02/2026

En el nombre, descripción, posicionamiento, recomendación o perfil sensorial. Sin
Con el monitoreo, la gerencia toma decisiones basadas en impresiones. Con el monitoreo, las decisiones se basan en evidencia.
operacional.
Este proceso transforma la elaboración de cócteles en un sistema de gobernanza. El aspecto creativo permanece presente.
Pero deja de ser un acto aislado. El producto nace de una necesidad, se prueba, se ajusta,
Documentado, vendido y supervisado. La lógica es similar a la del desarrollo de productos en...
Comida y bebida adaptadas a la realidad del bar.

8. Debate

La integración de la ciencia sensorial y la ingeniería de costes nos permite superar una debilidad recurrente.
En la coctelería: la separación entre creación y gestión. Cuando la bebida se trata simplemente como un...
La expresión creativa tiende a carecer de control. Cuando se la trata simplemente como un gasto, tiende a...
perder valor sensorial. El funcionamiento eficiente depende de la articulación entre estas dos perspectivas.
La literatura especializada sobre los sentidos demuestra que los consumidores perciben las bebidas como una experiencia integral.
El aroma, la apariencia, la temperatura, la textura y el contexto contribuyen a la evaluación. La literatura sobre gestión...
Los estudios sobre menús demuestran que el menú organiza las decisiones de producción, ventas y control.
Los indicadores de costos muestran que el margen real depende del tamaño de la porción, el rendimiento, las pérdidas y las actividades.
consumidos. Los estudios sobre residuos muestran que las pérdidas son consecuencia de procesos mal gestionados.
Fallos planificados, no solo individuales.
Esta convergencia refuerza la necesidad de especificaciones técnicas sólidas. La hoja de especificaciones no debe considerarse como
burocracia, pero como instrumento para preservar la calidad. Permite la capacitación del equipo,
Calcular costes, controlar el inventario, reducir la variabilidad y proteger la experiencia del cliente.
También permite que la creatividad sea escalable. Una bebida de autor sin menú depende del creador;
El establecimiento puede elaborar una bebida emblemática y documentada.
Otro punto relevante es el análisis de cartera. No se debe evaluar el desempeño de una fiesta tipo cóctel.
individualmente. Un artículo puede tener un margen menor y aún así ser estratégico debido al volumen, la accesibilidad o
Función de nivel de entrada. Otra puede tener márgenes de venta altos y bajos, lo que requiere un reposicionamiento. Una
Una tercera opción puede reforzar la imagen, pero también puede consumir una cantidad excesiva de tiempo. La decisión de
Decidir si conservar, modificar o eliminar algo requiere considerar el panorama general, no solo las preferencias personales.
La fijación de precios también debe manejarse con mayor sofisticación. El precio debe cubrir los costos y...
mantener el margen, pero también involucrarse con el valor percibido, la competencia, la ocasión y la
Sustitutos. Reducir el precio sin identificar la causa de la caída de las ventas puede perjudicar el margen de beneficio.
sin resolver el problema. Aumentar el precio de un artículo popular puede ser factible, pero requiere...

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS - Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 1 2026 | Envío: 05/02/2026 | Aceptado: 09/02/2026 | Publicación: 19/02/2026

Seguimiento de la elasticidad precio y del cambio en la demanda hacia artículos similares.

La gestión de residuos, por último, debería incorporarse al desarrollo del menú. Un cóctel

No debería lanzarse sin un análisis de la perecibilidad, el rendimiento, el uso cruzado de insumos y...

Previsión de la demanda. La sostenibilidad económica y ambiental de la operación comienza con el diseño de la

Cuanto más coherente sea el menú, menor será el riesgo de compras dispersas y una excesiva preparación de los ingredientes.

y eliminación recurrente.

Consideraciones finales

La elaboración profesional de cócteles exige un enfoque que combine creatividad, experiencia sensorial y aplicación práctica.

Control financiero. Un cóctel no es solo una combinación de ingredientes; es el resultado de...

La hospitalidad necesita ser formulada, estandarizada, valorada, ejecutada y supervisada.

La calidad depende de la coherencia entre el equilibrio sensorial, el método de preparación, las especificaciones técnicas y...

Eficiencia en la admisión, tiempo de servicio, seguridad operativa y valor percibido.

La ciencia sensorial contribuye ofreciendo criterios para evaluar el aroma, el sabor, el cuerpo, la acidez, el dulzor,

Amargor, temperatura y dilución. La ingeniería de costos permite medir el tamaño de la porción, las pérdidas, el margen,

Impacto en el rendimiento y las operaciones. La gestión de menús organiza esta información para la toma de decisiones.

cartera, precios, comunicación y desarrollo. Cuando estas áreas operan

Por separado, el menú pierde coherencia. Cuando se utilizan juntos, el menú de cócteles gana...

Previsibilidad y rendimiento.

El modelo propuesto consta de seis etapas: diagnóstico, creación de prototipos, evaluación sensorial interna y ajuste.

El análisis técnico-económico, las especificaciones técnicas y el seguimiento posterior al lanzamiento ofrecen una vía de actuación viable.

a bares y restaurantes. Su principal contribución es transformar la creación de cócteles en un proceso.

Es gerencial, sin quitar espacio para la creatividad. El método no reemplaza el talento del camarero;

Organice este talento para que el producto pueda ser replicado, vendido, evaluado y mejorado.

La profesionalización de la coctelería requiere superar la improvisación no documentada. Bares y

Los restaurantes que conciben su carta de cócteles como un sistema vivo tienden a reducir el desperdicio.

Para mejorar la coherencia, optimizar la experiencia del cliente y fortalecer la rentabilidad. El futuro.

El uso de cócteles en operaciones de alimentos y bebidas depende menos de fórmulas exuberantes y más

La capacidad de combinar precisión sensorial, disciplina operativa e inteligencia económica.

Referencias

Arnold, Dave. Inteligencia líquida: el arte y la ciencia del cóctel perfecto. Nueva York: W.
W. Norton, 2014.
BAYOU, ME; BENNETT, LB Análisis de rentabilidad para restaurantes con servicio de mesa. Hotel Cornell

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google

Año VII, vol. 1 2026 | Envío: 05/02/2026 | Aceptado: 09/02/2026 | Publicación: 19/02/2026

y Restaurant Administration Quarterly, vol. 33, núm. 2, págs. 49-55, 1992.
BERTSIMAS, Dimitris; SHIODA, Romy. Gestión de ingresos en restaurantes. Operations Research, vol. 51, n.º 3, págs. 472-486, 2003.
BOLTON, Lisa E.; WARLOP, Luke; ALBA, Joseph W. Percepciones del consumidor sobre la (in)justicia de los precios. Revista de Investigación del Consumidor, vol. 29, n.º 4, págs. 474-491, 2003.
BRESLIN, Paul AS Una perspectiva evolutiva sobre la comida y el gusto humano. Current Biology, vol. 23, n.º 9, págs. R409-R418, 2013.
DELIZA, Rosires; MACFIE, Halliday JH La generación de expectativas sensoriales mediante señales externas. Calidad y preferencia alimentaria, vol. 7, n.º 3-4, págs. 161-171, 1996.
DEGROFF, Dale. El arte de la coctelería. Nueva York: Clarkson Potter, 2002.
DITTMER, Paul R.; KEEFE, J. Desmond. Principios de control de costos de alimentos, bebidas y mano de obra. 9.ª ed. Hoboken: Wiley, 2009.
DREWNOWSKI, Adam. La ciencia y la complejidad del sabor amargo. Nutrition Reviews, vol. 59, n.º 6, págs. 163-169, 2001.
FILIMONAU, Viachaslau; DE COTEAU, David A. Gestión de residuos alimentarios en operaciones de hostelería: una revisión crítica—Tourism Management, vol. 71, págs. 234–245, 2019.
GUSTAFSSON, Inga-Britt. Artes culinarias y ciencia de los alimentos: una nueva disciplina de investigación científica. Food Service Technology, vol. 4, n.º 1, págs. 9-20, 2004.
HANSEN, KV; JENSEN, Ø.; GUSTAFSSON, I. La experiencia gastronómica de los clientes de restaurantes a la carta. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, vol. 5, n.º 2, págs. 135-151, 2005.
KASAVANA, Michael L.; SMITH, Donald I. Ingeniería de menús: una guía práctica para el análisis de menús. Lansing: Hospitality Publications, 1982.
KEAST, Russell SJ; BRESLIN, Paul AS Una visión general de las interacciones binarias gusto-gusto: alimentos Calidad y Preferencia, vol. 14, n.º 2, págs. 111-124, 2003.
KIMES, Sheryl E. Implementación de la gestión de ingresos en restaurantes: un enfoque de cinco pasos. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, vol. 40, núm. 3, págs. 16-21, 1999.
KÖSTER, EP Diversidad en los determinantes de la elección de alimentos: una perspectiva psicológica. Food Quality and Preference, vol. 20, n.º 2, págs. 70-82, 2009.
LAWLESS, Harry T.; HEYMANN, Hildegarde. Evaluación sensorial de los alimentos: principios y prácticas. 2.ª ed. Nueva York: Springer, 2010.
LINASSI, Rossano; ALBERTON, Anete; MARINHO, Sydney Vieira. Ingeniería de menús y cálculo de costos basado en actividades: un método mejorado de planificación de menús. International Journal of Contemporary Hospitality Management, vol. 28, n.° 7, págs. 1417–1440, 2016.
MEILGAARD, Morten; CIVILLE, Gail Vance; CARR, B. Thomas. Técnicas de evaluación sensorial. 5.ª ed. Boca Raton: CRC Press, 2015.
MORGENTHALER, Jeffrey; HOLMBERG, Martha. El libro del bar: elementos de la técnica del cóctel. San Francisco: Chronicle Books, 2014.
NOONE, Breffni M.; CACHIA, Guillaume. Reingeniería de menús: consideración de sustitutos de artículos del menú en las decisiones de precios y ubicación del menú—International Journal of Hospitality Management, vol. 87, 102504, 2020.

ÖZDEMİR, Bahattin; ÇALIŞKAN, Osman. Revisión de la literatura sobre menús de restaurantes: especificación de los aspectos gerenciales. Revista Internacional de Gastronomía y Ciencia de los Alimentos, vol. 2, n.° 1, págs. 3-13, 2014.

PAPARGYROPOULOU, Effie et al. La jerarquía de los residuos alimentarios como marco para la gestión de excedentes y residuos alimentarios. Journal of Cleaner Production, vol. 76, págs. 106-115, 2014.
PAVESIC, David V. Análisis de costo/margen: un tercer enfoque para la fijación de precios y el diseño de menús. Revista Internacional de Gestión Hotelera, vol. 2, núm. 3, págs. 127-134, 1983.
PIERGUIDI, Lapo et al. La aceptabilidad sensorial y los rasgos de personalidad determinan qué contextos se prefieren para el consumo de cócteles alcohólicos—Food Quality and Preference, vol. 85, 103978, 2020.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.

Machine Translated by Google
RCMOS – Revista Científica Multidisciplinaria El Conocimiento.
ISSN: 2675-9128. São Paulo-SP.

Año VII, vol. 1 2026 | Envío: 05/02/2026 | Aceptado: 09/02/2026 | Publicación: 19/02/2026

PIGGOTT, John R. Bebidas alcohólicas: evaluación sensorial e investigación del consumidor. Cambridge: Woodhead Publishing, 2012.
PIQUERAS-FISZMAN, Betina; JAEGER, Sara R. El impacto de los contextos de consumo evocados y la adecuación en las respuestas emocionales. Food Quality and Preference, vol. 32, págs. 277–288, 2014.
PRESCOTT, John. Procesos multisensoriales en la percepción del sabor y su influencia en la elección de alimentos. Current Opinion in Food Science, vol. 3, págs. 47-52, 2015.
RAAB, Carola; MAYER, Karl J. Fijación de precios basada en la actividad: ¿se puede aplicar en restaurantes? Revista Internacional de Gestión Hotelera Contemporánea, vol. 21, n.º 4, págs. 393-410, 2009.
REGAN, Gary. El placer de la coctelería. Edición revisada. Nueva York: Clarkson Potter, 2018.
SCHIFFERSTEIN, Hendrik NJ La importancia percibida de las modalidades sensoriales en el uso de productos: un estudio de autoinformes. Acta Psychologica, vol. 121, n.º 1, págs. 41-64, 2006.
SPENCE, Charles. Percepción multisensorial del sabor. Cell, vol. 161, n.º 1, págs. 24-35, 2015.
STONE, Herbert; BLEIBAUM, Rebecca N.; THOMAS, Heather A. Prácticas de evaluación sensorial. 4.ª ed. San Diego: Academic Press, 2012.

Este artículo se publica en acceso abierto bajo la licencia Creative Commons Attribution, que permite el uso, la distribución y la reproducción sin restricciones en cualquier medio, siempre que se cite correctamente la obra original.