



CAPÍTULO II

Marco Teórico

2.1 Definición de Bebida Alcohólica

La existencia de una gran variedad de bebidas alcohólicas ha permitido la satisfacción de gustos individuales y que su consumo, por lo menos ocasional, sea una costumbre social muy difundida entre los diferentes segmentos de población.

Según la enciclopedia Encarta, una bebida alcohólica es cualquier líquido con cierta cantidad de alcohol etílico, producida ya sea por destilación o mediante mezclas fermentadas.

Internacionalmente, se ha tratado de dar una definición generalmente aceptada, con la finalidad de establecer reglamentos y disposiciones afines en su elaboración, comercio y consumo. De acuerdo con el grupo del Mercosur bebida alcohólica (con excepción de las fermentadas) es el líquido alcohólico destinado al consumo humano, con características organolépticas especiales, con un grado alcohólico mínimo de 0,5 % Vol. y un máximo de 54 % Vol. a 20° Celsius (Art. 13 Tratado de Asunción, 1994).



Por otra parte, la Organización Mundial de la Salud considera bebidas alcohólicas aquellas que contengan alcohol etílico en una proporción de 2% y hasta 55% en volumen (OMS Documentos técnicos, 1980).

Actualmente, el consumo de bebidas ha ido incrementándose, de modo que para recomendar cualquier bebida es necesario conocer su clasificación, uso, fabricación, modo de conservación y contenido de alcohol de cada una de ellas (Reynoso, 2004).

De manera que para cumplir con esta tarea en bares, es esencial que la persona encargada de la barra (bartender) tenga los conocimientos suficientes para desempeñar su trabajo satisfactoriamente.

2.2 Clasificación de bebidas alcohólicas

Para comprender de modo general las definiciones expuestas anteriormente, es de suma importancia saber cómo se clasifican estas bebidas para familiarizarse con aspectos básicos que el encargado de la barra debe manejar en forma cotidiana.

Como señala Reynoso (2004), existen 7 clasificaciones principales para bebidas alcohólicas, las cuales se enumeran a continuación:

1. Vinos
2. Vinos de postre o generosos



3. Aperitivos
4. Aguardientes
5. Licores
6. Bebidas mezcladas (cócteles)
7. Cervezas

2.3 Definición de bar

Una vez expuesta la clasificación de las bebidas es trascendental definir el concepto de bar y sus características para tener una idea más clara de su funcionamiento.

Los establecimientos bajo la denominación de bar “adoptan este nombre debido a la barra que se encuentra en la parte inferior del mostrador, en donde pueden ordenar sus bebidas y disfrutarlas ahí mismo” (Reynoso, 2004:29).

Casi siempre es un lugar de reunión para personas que buscan pasar un rato agradable, degustar un buen vino o cerveza pero sobre todo que buscan algún tipo de reconocimiento por parte de las personas que ahí laboran (Leonie L, 2004:14).

Como señalan Katsigris y Porter (1991) es la forma más sencilla de negocio ya que sólo ofrece bebidas y algunas botanas, por lo que la gente acude a ellos por la ubicación, la reputación de ser un lugar agradable o por el hecho de que se sirvan bebidas que los



consumidores consideran buenas. Estas dos últimas condiciones están directamente relacionadas con el trabajo que el bartender realiza dentro del bar.

2.4 Bartender

El bartender es la persona que labora en un bar independiente, de un hotel o restaurante. Se responsabiliza de atender a los clientes que directamente se lo soliciten en la barra, así como de surtir las comandas de los meseros, ayudantes de meseros y de bar.

A pesar de que comúnmente se le denominaba como cantinero, este término ha caído en desuso por tener una connotación relacionada con establecimientos de baja calidad y mala reputación. La palabra *bartender*, según el diccionario American Heritage, significa aquel que sirve bebidas alcohólicas en un bar (1994).

Otra definición, más detallada en la descripción, expresa que es aquel individuo que sirve bebidas detrás de la barra, ya sea en bares, cantinas o establecimientos similares; regularmente incluye bebidas alcohólicas de varios tipos, como cervezas, vinos y cócteles, así como bebidas sin alcohol (Babylon 2007, párr. 1).

También, es considerado, aquel empleado que prepara y sirve bebidas para las personas que están en la barra o aquellas que son atendidas por un mesero (Katsigris y Porter, 1991).



Debido a que su trabajo está orientado a la satisfacción de diversas preferencias y gustos de los clientes, Fernández (1996), señala además que “la categoría del responsable de la barra y los conocimientos que debe tener son muy variados, complejos y precisos”.

2.4.1 Características que debe tener un bartender

Según Kotschevar y Tanke (1996), las habilidades del bartender son trascendentales para el éxito del bar o de las operaciones de bebidas, enuncian que en muchos bares, el bartender es el empleado con el cual al huésped le gusta más interactuar, de manera que se debe buscar alguien que sea un buen conversador, buen oyente y que pueda establecer relaciones con extraños.

Otros autores afirman que dentro de las características mas significativas que hay que considerar, están el trabajar con rapidez y bajo presión como algo esencial; además de que tenga buena memoria de corto plazo y aunado a estas características, como elemento fundamental, que tenga presencia y personalidad agradables (Katsigris y Porter,1991).

El bartender debe mostrar un comportamiento profesional en su actitud y sus hábitos de trabajo, como lo explican Kotschevar y Tanke, ya que interactúa directamente con los clientes y además debe poner especial atención a su higiene personal. La apariencia personal y la personalidad van de la mano como parte de su trabajo (1996).



Según Katsigris y Porter (1991), la honestidad es la cualidad más importante de todas, debido a que los empleados son un eslabón importante en cualquier sistema de costo y control dentro de la empresa, siendo muy difícil de encontrar. Es pertinente mencionar esta cualidad esencial, ya que el control de los insumos en estas empresas es complicado por su naturaleza.

Por su parte, Haidin (2003), asevera que para ser un buen bartender se deben cumplir los siguientes requisitos:

- Ser puntual
- Organizado
- Físicamente fuerte
- Honesto
- Trabajador
- Táctico y diplomático
- Amistoso
- Estar presentable
- Flexible
- Ser capaz de priorizar
- Estar sobrio en el trabajo
- Ser un buen administrador

Es evidente que las características necesarias en un bartender se refieren tanto o capacidades administrativas y de relaciones humanas como de fortaleza física y habilidades



personales. Como resultado, el bartender “efectivo” es una persona especial con una personalidad especial. Mientras que se puede entrenar a alguien para mezclar bebidas no puede hacerse lo mismo para tener personalidad y ser un gran bartender (Kotschevar y Tanke, 1996).

2.4.2 Tareas a desempeñar por el bartender dentro del bar.

Es importante destacar que su trabajo principal es asegurar la satisfacción de los clientes mediante la preparación de bebidas y el servicio que ofrece, en concordancia con las políticas y procedimientos del establecimiento para el cual labora (Kotschevar y Tanke, 1996).

En pequeños establecimientos el bartender puede realizar todas las tareas que se le asignen, mientras que, en los establecimientos grandes puede haber varios bartenders y uno o más ayudantes que sirven de apoyo (Katsigris y Porter, 1991).

Contrariamente a lo que se cree, la tarea del bartender no se limita a la atención al cliente y la elaboración de bebidas. Debido a la naturaleza de su labor, es responsable del cuidado de los instrumentos e insumos puestos bajo su custodia y de diversos detalles que garanticen la buena marcha e imagen del establecimiento.

Algunos autores indican que usualmente el bartender es responsable de llevar el registro de las bebidas vendidas, además del lavado de la cristalería y de los utensilios, así como mantener su área de trabajo limpia y ordenada. A su vez, tiene la responsabilidad de



hacer inventario antes de abrir el bar y después de cerrarlo para llevar un control (Bradshaw, 1984; Katsigris y Porter, 1991).

Además de las labores administrativas y de control, Katsigris y Porter (1991), aseguran que debe conocer las recetas que sirve la casa y las técnicas para mezclarlas, al igual que debe ser capaz de trabajar rápidamente, con exactitud y teniendo buena memoria de corto plazo para recordar cantidades, ingredientes y utensilios para la preparación de cada bebida.

Como consecuencia, una receta estandarizada debe ser utilizada para asegurar día tras día la consistencia, de este modo las personas que tienen algún cóctel favorito deben tener la posibilidad de obtener la misma calidad de sabor cada vez que lo ordenen (Kotschevar y Tanke, 1996).

En cuanto a las condiciones para preparar bebidas y brindar un servicio de acuerdo con estándares generales óptimos, se consideran dentro de las funciones centrales que debe realizar un bartender los siguientes lineamientos (Báez, 1992):

- Conocer los tipos de bebidas usadas en el bar
- Técnicas de preparación de cócteles
- Conocer la cristalería donde se debe servir cada bebida
- Cómo realizar inventarios
- Cómo llenar el formato de requisición



- Aspectos principales del servicio de bebidas
- Informe de control de botellas

Con lo anterior queda claro que el puesto de un bartender es más complejo de lo que la gente piensa, debido a que requiere de cualidades específicas y antes de considerarse “bueno” debe adquirir conocimiento, estilo y lo más importante: experiencia (Haidin, 2003).

Aunado a lo anterior, corresponde al bartender crear una atmósfera agradable y lograr la satisfacción del cliente, no sólo preparando y sirviendo bebidas, sino desarrollando y ejerciendo una serie de habilidades para propiciar un buen ambiente de trabajo además de lograr que se cumplan todos los aspectos importantes que se reflejarán en la satisfacción de los clientes y en la buena marcha del bar.

Las habilidades necesarias para cumplir los propósitos anteriores, se muestran en la siguiente figura:

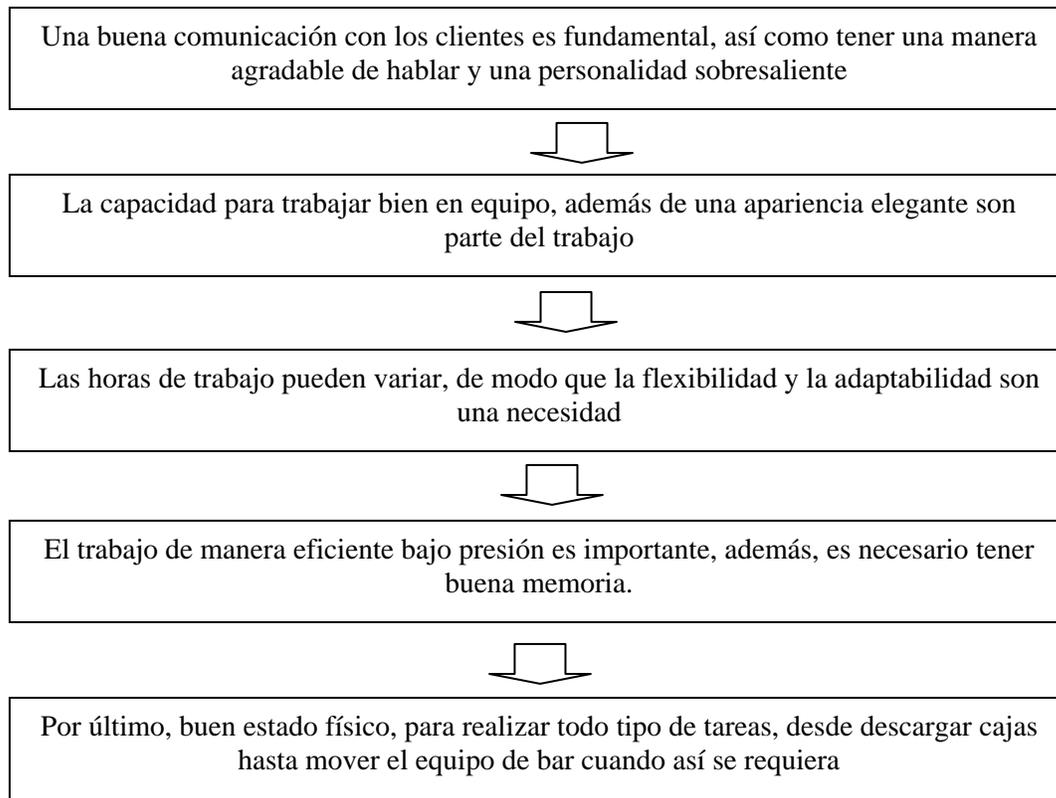


Figura 1. Habilidades necesarias de un bartender para crear una atmósfera agradable. Kotschevar y Tanke, 1996

Por otro lado, Katsigris y Porter (1991), aseguran que el bartender es típicamente un promotor de las relaciones públicas por lo que este talento puede fomentar un buen negocio. La aceptación de los clientes depende de la sensación de bienestar y satisfacción que les proporcione la atención que reciben: recibir un trato personalizado sin importar lo concurrido del lugar.

2.4.3 Funciones del Bartender

La atención a clientes representa constantes esfuerzos por parte de los prestadores de servicios: saber interpretar los deseos y necesidades de los clientes, de manera que, para que esto suceda, el bartender desempeña 4 funciones diferentes dentro de su actividad y hacen referencia a distintos ámbitos que incluyen:



Figura 2. Funciones que desempeña el bartender dentro del bar. (Kotschevar y Tanke, 1996).

A continuación, serán desarrolladas de manera explícita cada una de ellas.

2.4.3.1 Función psicológica

Se refiere a la habilidad de poder tratar con todo tipo de clientes, haciéndolos sentir especiales y que están pasando un rato agradable. Deben ser muy profesionales y discretos



para de esta forma ganarse su confianza. También es importante para saber manejar clientes difíciles o que han bebido en exceso.

2.4.3.2 Función de servicio

Es aquella en la que el bartender puede aprender a estudiar a sus clientes, poniendo atención a sus gustos y preferencias, de manera que pueda recordar qué han ordenado con anterioridad y sepa anticiparse a sus necesidades. Igualmente debe ser capaz de sugerir las bebidas apropiadas cuando el cliente no esté seguro.

2.4.3.3 Función como persona encargada de ventas

En este rubro, puede ser la persona más efectiva para realizarlas, ya que si un cliente no sabe que ordenar, puede sugerir alguna especialidad de la casa o una bebida Premium.

En el caso de los cócteles no sólo debe conocerlos por nombre sino también por la descripción de ingredientes, de este modo, puede hacer que el cliente pida otras bebidas indicándole qué contiene cada una de ellas.

2.4.3.4 Función de sensibilización con respecto al alcohol.

Aunque la mayoría de los clientes no entran a los bares o establecimientos con la intención de emborracharse, se ha convertido en responsabilidad de los bartenders vigilar el consumo y el comportamiento de los clientes, en países con estrictas reglamentaciones acerca del límite en el consumo de alcohol.



Es evidente que cada vez son necesarias nuevas ventajas competitivas, el ser bartender va más allá de mezclar y servir bebidas, ahora también implica control de inventario, de costos, ventas, mercadotecnia, cierta responsabilidad en el consumo de alcohol y la mejora del ambiente dentro del bar en general, entre otros (Katsigris y Porter, 1991).

Actualmente, debido al crecimiento de la demanda y la diversidad de los clientes, su labor está considerada como una especialidad más incluida en el gremio hotelero y de restauración y tiene la obligatoriedad de estar al corriente de las innovaciones, puesto que lo novedoso es lo más demandado y como resultado la figura del bartender es bastante elocuente a niveles profesionales (Fernández, 1996).

Otro aspecto importante a observar es que por encima de la apariencia del local, su categoría y modernidad, el bartender es el empleado más visible en la mayoría de los bares y en algunos casos puede ser el dueño o administrador del negocio, de modo que el perfeccionamiento de sus habilidades es esencial para el éxito en la operación del establecimiento (Kotschevar y Tanke, 1996).

2.5. Equipo de bar

2.5.1. Utensilios

Una vez que se ha tocado el tema de las tareas que todo bartender debe realizar, es significativo hablar de los utensilios y del equipo que utiliza para desempeñar sus tareas.



Cabe mencionar que éstos pueden cambiar de un bar a otro, pero los principales elementos con los que debe contar son:

Utensilio	Material	Uso
Jigger	Vidrio o acero inoxidable	Medir el licor en onzas para preparar cócteles.
Dosificador	Plástico y metal	Para regular la cantidad de alcohol que sale de la botella.
Coctelera Clásica	Acero inoxidable	Para mezclar las bebidas con hielo antes de servirse.
Vaso Mezclador	Vidrio o acero inoxidable	Para bebidas que no deben agitarse sino mezclarse.
Cuchara Mezcladora	Acero inoxidable	Para revolver o macerar.
Colador/Strainer		Impide el paso de hielo, pulpa y semillas a la bebida



2.5.2. Cristalería

Así mismo, la cristalería es parte del concepto del bar y de la bebida que en ella se servirá, según la presentación tradicional de la bebida y para mantener sus propiedades, por esta razón es importante para el bartender saber cuál de ellas es utilizada para qué bebida.

Vasos	
Old-Fashioned	Bebidas en las rocas
Highball o Tumbler	Whisky, Ron, Gin o Vodka
Collins o Zombie	Collins, jugos
Pilsner	Cerveza
Copas	
Cóctel	Martinis y cócteles en general
Sour	Cócteles sour
Margarita	Margaritas y cocteles con hielo molido
Flauta	Champagne
Vino	Diferentes vinos
Coñquera	Coñac o brandy

2.6 Capacitación.

La capacitación es esencial para elevar el nivel de productividad y optimizar el aprovechamiento de los recursos de la empresa. Es necesario definir los estándares de



calidad que la empresa busca alcanzar para tener claro que es lo que están buscando en su personal, para desarrollar programas de capacitación adecuados.

De acuerdo con el diccionario, capacitar significa: “guiar el desarrollo dando instrucciones o calificando” y se requiere tiempo, esfuerzo y dinero para poder llevarla a cabo (La Greca, 1988).

La capacitación representa una oportunidad tanto para las empresas como para sus empleados, como afirma la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI, 2000) “El propósito básico de un programa de capacitación es que el personal mejore su desempeño en el trabajo” (p.87).

Por su parte, Brehm, Sashida y Sosa (1995), señalan que los objetivos de la capacitación son crear, sugerir y diseñar programas integrales que midan la efectividad de la función. A través de ella se pueden mejorar las prácticas en cada puesto y despertar el interés de los empleados para mejorar su trabajo y aportar nuevas ideas útiles.

La capacitación, quizá es uno de los recursos más importantes para preparar a la empresa a hacer frente a sus retos competitivos y los empleados deben tener bien desarrolladas sus habilidades técnicas e interpersonales (Noe, Hollenbeck, Gerhart y Wright, 1997).



La capacitación representa la posibilidad de mejorar la función de la empresa de manera continua y permanente, de manera que no debe ser considerada como un hecho para cumplir con un requisito legal, por ende:

La capacitación más apropiada es aquella que se imparte dentro de un proceso continuo y siempre en busca de un mejoramiento de los conocimientos y habilidades de los trabajadores para que estén al día frente a los cambios repentinos que se suceden (SECOFI, 2000).

Este proceso permite reducir la rotación de personal y abatir los efectos de la curva de aprendizaje, además de ser necesaria para las personas con experiencia como para los novatos, debido a que produce confianza y empleados competentes, al igual, que infunde buenos hábitos de trabajo (La Greca, 1988).

Algunas empresas no proporcionan capacitación a sus empleados, bajo la convicción de que no es útil ni productiva y que los empleados buscarán otro empleo una vez capacitados. Los costos de la no capacitación son superiores, puesto que se tiene, entonces, solamente personal de bajo perfil. Como consecuencia, Chruden y Sherman (1992), comentan que se “debe asegurar no sólo que haya personal disponible para desempeñar cada puesto, sino que esté plenamente calificado para desempeñarlo” (p.91).

Es por esta razón que la capacitación tiene muchas aportaciones valiosas que ofrecer a la mejora de la productividad y la eficacia, pero para que puedan aprovecharse es



indispensable que se logre medir el desempeño en términos cuantitativos, implicando costo, tiempo y calidad (Espinoza, et.al., 1995).

Para llevar a cabo esta meta, Katsigris y Porter (1991) afirman que una vez que sea contratado el bartender se le diga qué es exactamente lo que se espera de él, siendo fundamental en el desarrollo de su formación que se le explique cómo usar el equipo de trabajo; seguir las rutinas impuestas por la casa; qué bebidas incluye el menú y cuál es su tamaño; qué vasos son utilizados para qué cóctel; así como los precios y las reglas acerca de su aspecto personal.

Al igual que es elemental hacer uso de las descripciones de puesto, consideradas como la herramienta más poderosa de la administración, aunque muy poco utilizada por estar pobremente preparadas. Aunque si están bien realizadas, son invaluable para la planeación, reclutamiento, entrevistas, evaluación y selección final del personal (Eich, 1991).

Para cumplir con lo anterior, algunas empresas han desarrollado manuales de orientación formal con la finalidad de que se tengan todas las reglas y la información de forma impresa y que de este modo no haya malos entendidos y no quede nada fuera de contexto, sin embargo esto no es suficiente, puesto que no garantiza que lo entienda, lo recuerde o simplemente que lo lea (Katsigris y Porter, 1991).



Actualmente, la capacitación se vuelve cada vez más un proceso prioritario porque se pretende que el factor humano juegue un papel determinante en la obtención de la calidad, y por eso los programas de certificación la incluyen como parte de sus puntos críticos. Con este fin, los programas de capacitación deberán incluir también la comunicación y la actitud de cooperación y ayuda mutua como parte de las tareas que los trabajadores tienen que desempeñar, ya que si bien el bartender es considerado la imagen principal dentro del bar, tiene que valerse del apoyo de ayudantes de bar, stewards y meseros, por lo que debe existir un ambiente de trabajo propicio (Espinoza, et.al., 1995).

También se le ha considerado como una herramienta para lograr metas de largo plazo, porque se espera que los empleados capacitados mejoren sus prácticas de forma permanente, influyendo en todo el ámbito de trabajo. Por ejemplo, en algunos países el factor que influencia la capacitación es el mejoramiento de la competitividad (Hyman, 1992).

Como un medio para lograr la adhesión de los empleados a la empresa, un buen programa de capacitación cumple dos funciones: atraer a nuevos empleados y retener a los empleados actuales, en parte porque la capacitación da a los empleados dos mensajes: “eres importante para la organización y nos preocupamos por cómo haces tu trabajo” (Eich, 1991).

Sin embargo, las dificultades que enfrentan las empresas para expandir la capacitación son tanto la índole de contenidos como de organización e implementación,



debido a que representan un costo alto para la organización y no siempre se puede asegurar la retención del personal (Espinoza, et.al., 1995).

No obstante, se han creado diversos talleres, cursos, diplomados y escuelas especializadas en coctelería para lograr que el personal tenga el discernimiento suficiente para desenvolverse en su labor de manera óptima en el bar. A continuación se citarán algunos ejemplos destacados en México y algunos del extranjero.

En lo referente a países extranjeros se pueden nombrar como pioneros de este tema a Estados Unidos, España y Argentina; ya que a diferencia de México, la profesión de bartender y coctelería, más que como un trabajo ocasional, las convierten en carrera y es por esto que existe una gran cantidad de instituciones especializadas, en las que reciben una formación completa.

Ahora se darán algunos nombres de instituciones importantes en estos 3 países:

Estados Unidos:

- School of mixology.
- Hospitality & Culinary Center of Excellence.
- Professional bartending schools of America.
- New York Bartending School.



España:

- Radical Bartending School.
- Class Bar Concept.
- Coctelería en Arquestrato Aula de Gastronomía.

Argentina:

- Centro de Capacitación Superior en Recursos Humanos de Mar
- Gato Dumas Colegio de Cocineros.
- Buenos Aires Cocktail Show.
- Bartender Buenos Aires.

Estos cursos por ser técnicos e impartidos por especialistas en la materia requieren de más tiempo y su costo es más elevado, sin embargo, la profesionalización representa mejor desempeño y estabilidad en el trabajo.

Mientras que en nuestro país, existen en diferentes estados de la República las siguientes instituciones:

México, Distrito Federal:

La Compañía Bacardi, ofrece un curso para bartender profesional, cuyo objetivo es preparar al alumno para trabajar dentro del mercado laboral de los bares y otros establecimientos donde se venden bebidas alcohólicas. Este curso consta de 2 partes, una teórica donde se imparten temas como: armado del bar, herramientas y equipamiento,



insumos alcohólicos, costos, ventas y servicio; y otra práctica en la cual se aprende a preparar más de 100 cócteles diferentes.

Otro es impartido en La Universidad Iberoamericana Cd. de México, titulado El A, B, C de la Coctelería, que abarca básicamente los mismos temas.

Además, el Instituto de Estudios Superiores de Turismo, brinda un curso básico de coctelería para público en general.

Por último, la Westbridge University S.C, ofrece un curso en el cual se enseña únicamente la preparación de distintas recetas y a maniobrar botellas.

Mientras que en el interior de la República se pueden encontrar los siguientes:

En Monterrey se imparte un taller en el Instituto Regiomontano de Hotelería, titulado “Bar y Coctelería”, que al igual que el anterior, sirve para enseñar la preparación de bebidas, con la diferencia de que está dirigido a todo el público mayor de edad.

Otro ejemplo es el diplomado que imparte el Colegio Gastronómico Internacional en Guadalajara, que basa su enseñanza en los ingredientes que componen los cócteles, en la elaboración y preparación de cócteles propios.

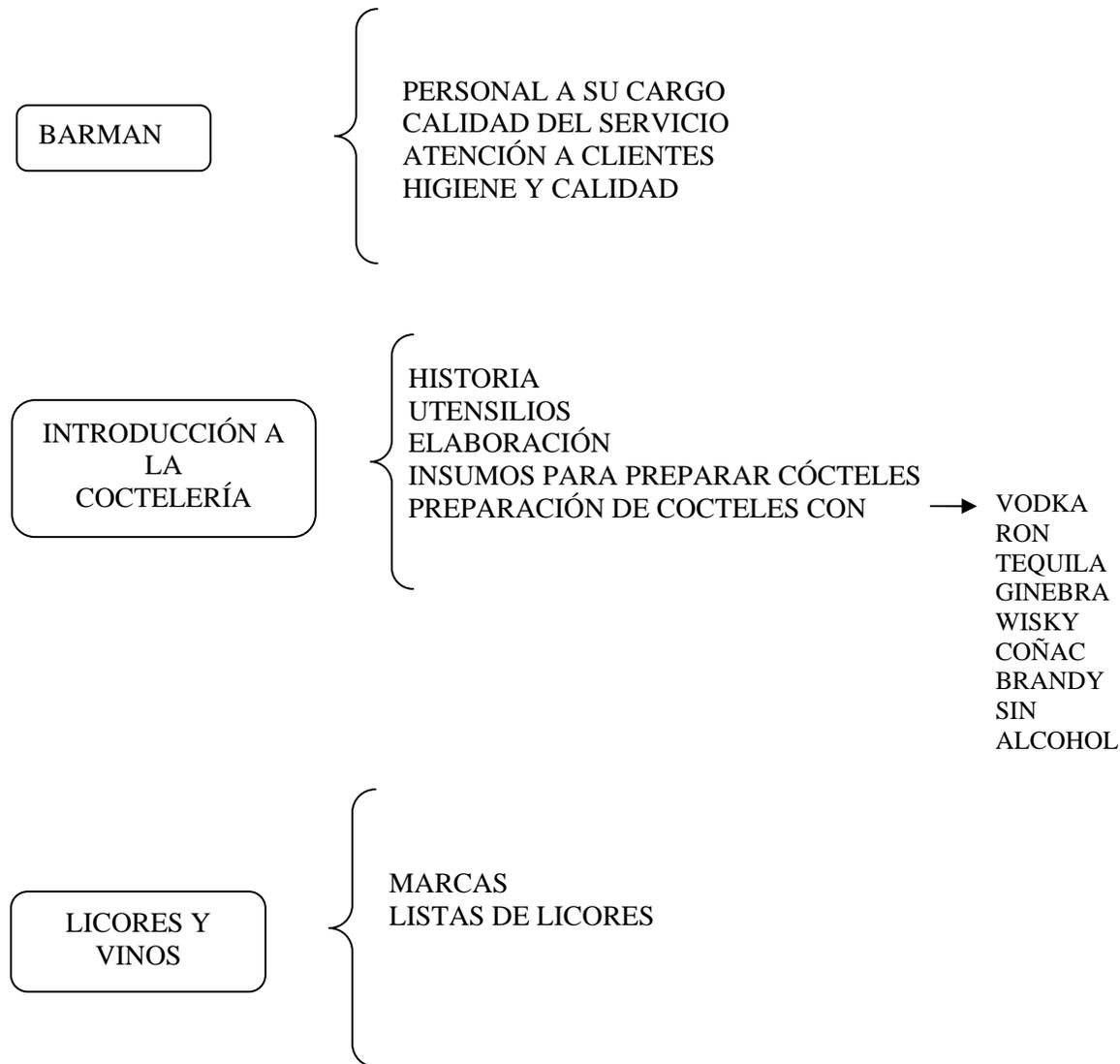


Aunque en la República Mexicana existen más cursos, estos son de los pocos que cuentan con reconocimiento oficial ya sea un diploma o certificación que acredita los conocimientos obtenidos; sus precios oscilan entre los \$1,700 y los \$3,500 por curso.

Luego de haber revisado todos los cursos de las diferentes instituciones que los imparten, se concentró en el siguiente cuadro la información relevante que se da en todos ellos.

Los cursos impartidos por la SECTUR (Secretaría de Turismo) y la CANIRAC (Cámara Nacional de Restaurantes y Alimentos Condimentados) no especifican los temas relacionados a la capacitación de los bartenders.

Cuadro 1. Temas relevantes impartidos en los cursos de coctelería consultados.



Fuente: Propia.

2.7 Técnicas para preparar bebidas.

La preparación de los cócteles requiere de técnicas específicas que se emplean de acuerdo con el tipo de bebida y sus características. Son varios los términos que se manejan



para nombrar las diferentes técnicas que se utilizan en la preparación de cócteles, a continuación se señalarán los más utilizados, según Haidin (2003):

2.7.1 Construidas

Son aquellas bebidas hechas en el vaso en que van a servirse y se preparan de la siguiente manera, en un vaso jaibolero se coloca hielo hasta llenarlo, posteriormente se vierte el licor y los mezcladores (bebidas no alcohólicas como jugo, refresco o agua) son adicionados al final. Una vez terminado se agita para que los ingredientes se combinen y se deja el agitador para que el cliente lo agite a su gusto.

2.7.2 Agitadas

Esta técnica aplica a todos los cócteles que contienen ingredientes transparentes como es el caso del Martini, en el cual se puede ver a través de la copa. El vaso mezclador debe tener hielo en sus 2/3 partes. Los ingredientes son vertidos y la cucharilla mezcladora es utilizada para agitar los ingredientes; lo más crítico dentro de esta técnica es enfriar el cóctel en el hielo de 20 a 30 segundos. La cantidad de agua al derretirse los hielos durante la agitación de los componentes es vital para el balance de la bebida.

2.7.3 Mezcladas

Incluye los cócteles con jugo de frutas, leche, crema, huevo, entre otros ingredientes. Puede utilizarse una coctelera de tres partes o una coctelera Boston. Para realizar esta técnica con cualquiera de estas dos cocteleras, se necesitan seguir los procedimientos siguientes:



Para mezclar un cóctel en una coctelera: En primer lugar se debe llenar $2/3$ de la coctelera con hielo, vertiendo los ingredientes uno a uno e inmediatamente debe fijarse la parte superior de la coctelera y revisar que este bien cerrada, posteriormente cuando las partes están bien unidas, se levanta la coctelera a la altura de la cabeza sujetando la tapa con el dedo índice para evitar que salga volando y se comienza a agitar vigorosamente. Se continúa agitando de 10 a 20 segundos y por último se retira la tapa y se sirve el cóctel en un vaso enfriado o con hielo.

Para mezclar un cóctel en una coctelera Boston: Se debe llenar sólo el vaso de vidrio con hielo hasta las $2/3$ partes, añadiendo los ingredientes uno a uno, luego se toma el vaso metálico invirtiéndolo de manera que embone con el de vidrio hasta que queden bien unidos y de igual forma que la anterior se levanta y se voltea para continuar agitándola de 10 a 20 segundos, cuando se termina de agitar, el vaso metálico debe quedar en la parte inferior y para separarlos se debe dar un leve golpe con la base de la mano donde se unen los dos vasos. Después se coloca un colador dentro de la parte metálica y se sirve el cóctel en un vaso enfriado o con hielo.

2.7.4 Licuadas

Para las bebidas frappé se requiere una licuadora y en ocasiones no viene especificada la cantidad de hielo a utilizar en la receta, en estos casos se debe llenar no más de la mitad del vaso de la licuadora de hielo, adicionar los ingredientes, colocar la tapa y licuar, pulsando el botón de velocidades en varias ocasiones de ser necesario, hasta que los



componentes se hagan puré y el hielo este triturado. Luego de algunos segundos se debe detener la licuadora, agitando los ingredientes y en caso de que se requiera se vuelve a licuar para evitar que queden trozos de hielo.

2.7.5 Machacadas

Se requiere de un machacador y de un vaso robusto, los ingredientes usados en esta técnica son principalmente: rebanadas de fruta, azúcar, ingredientes amargos y agua que son colocados en el fondo del vaso. El machacador es utilizado para exprimir el jugo de la fruta hasta romperla, junto con el azúcar y los otros componentes, triturándolos juntos con cualquier líquido. El machacado realza las cualidades de las frutas por los aceites de las cáscaras así como el jugo de la pulpa.

2.7.6 Flotantes

Normalmente es el último acto dentro de la preparación de un cóctel. En algunos cócteles puede agregarse ron o algún otro licor en trago previamente agitado o revuelto.

Los ingredientes flotantes están principalmente destinados para funcionar solos, en lo alto de una bebida por lo que no quieren mezclarse con el cóctel, de esta manera deben servirse con cuidado ayudándose de una cucharilla.

2.7.7 Flameadas

Siempre se debe tener cuidado cuando se flamea alguna bebida. Se debe hacer alejado de las botellas de licor, del rostro, del cabello o de alguna decoración colgante. Algunas veces un ingrediente flotante como ron se enciende debido a su contenido de



alcohol, en otros casos, se emplea el aceite de una cáscara de cítrico por el delicioso aroma que despide o por el simple efecto pirotécnico.

2.7.8 Bebidas en Capas

Son bebidas dulces que tiene varios tipos de licor pero se requiere que sean servidos uno encima de otro sin mezclar. Esta técnica funciona porque los diferentes licores tienen densidades específicas y para lograr este efecto siempre se debe cuidar que el licor mas denso quede en el fondo, aunque existe un problema, ya que hay gran variedad de marcas y tipos de licor disponibles en la actualidad y sus densidades pueden variar de una a otra marca, por esto es recomendable probarlas y hacer una lista de las que se consideran las mejores para emplear esta técnica.