vinetur

La coctelería se acerca al producto y al territorio

Inés de los Santos firma tragos para Costa 7070 con vinos, frutas, hierbas y botánicos

miércoles 13 de mayo de 2026

La coctelería cambia su manera de entender el vaso y se acerca cada vez más al producto, al territorio y a la cocina. Esa es la línea que marca la propuesta de Inés de los Santos para la barra de Costa 7070, en una selección de tragos pensada para el Día Mundial del Cóctel y presentada como una muestra de las tendencias que atraviesan la escena local.

La nota difundida por Grupo Mass parte de esa idea: los cócteles ya no se leen solo como una mezcla de destilados, sino como una elaboración con una mirada más gastronómica. En esa evolución aparecen perfiles más frescos, una presencia mayor de vinos y una atención especial a frutas, hierbas y botánicos. La intención es que cada trago tenga un perfil aromático más definido y una relación más directa con la cocina.

La propuesta de De los Santos se apoya en esa búsqueda. Los tragos creados para Costa 7070 se presentan como una selección que refleja una forma de trabajar donde el sabor, el aroma y la materia prima pesan tanto como la técnica. La barra toma así distancia de fórmulas más cerradas y se mueve hacia combinaciones que dialogan con el plato y con el origen de los ingredientes.

El material de prensa subraya que esta manera de pensar la coctelería está cada vez más ligada al producto y al territorio. También remarca el cruce con la gastronomía, una relación que gana espacio en bares y restaurantes y que modifica la forma en que se construyen las cartas. En ese recorrido, el vino aparece con más frecuencia dentro

de las mezclas, junto con frutas de temporada, hierbas frescas y botánicos que aportan matices y complejidad.

La selección de imágenes y la gacetilla difundidas junto con la nota buscan mostrar esa línea de trabajo en la barra de Costa 7070. El foco está puesto en tragos de perfil más fresco y en una lectura más aromática de la coctelería, con una atención especial a la sensación final en boca y a la relación entre ingredientes.

Inés de los Santos figura como autora de esa propuesta en un momento en el que la coctelería argentina sigue ampliando su vínculo con la cocina y con los productos locales. La barra se convierte así en un espacio donde el cóctel deja de ser solo una bebida de servicio y pasa a pensarse como una elaboración con identidad propia, apoyada en ingredientes reconocibles y en una construcción más precisa del sabor.

La comunicación de Grupo Mass enmarca esta selección en el Día Mundial del Cóctel y la presenta como una lectura de las tendencias que atraviesan la escena local. Sin recurrir a fórmulas cerradas, la propuesta insiste en una idea concreta: el cóctel gana peso cuando se acerca al producto, incorpora referencias del territorio y se entiende como parte de una experiencia gastronómica más amplia.