



ESCUELA DE GASTRONOMÍA

CREACIÓN DE UNA GUÍA PARA BARES Y RESTAURANTES SOBRE EL  
USO DE BITTERS A BASÉ DE CASCARA DE NARANJA

AUTOR

Martien Adrian Tijssen Hurtado

AÑO

2019



ESCUELA DE GASTRONOMÍA

CREACIÓN DE UNA GUÍA PARA BARES Y RESTAURANTES SOBRE EL  
USO DE BITTERS A BASE DE CÁSCARA DE NARANJA

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para optar por el título de licenciado en gastronomía.

Profesor/a Guía

Msc. Sebastián Daniel Barros Caló

Autor

Martien Adrian Tijssen Hurtado

Año

2019

## DECLARACIÓN DE PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, “Creación de una guía para bares y restaurantes sobre el uso de bitters a base de cáscara de naranja”, a través de reuniones periódicas con la estudiante Martien Adrian Tijssen Hurtado, en el semestre 2019-2, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

---

Sebastián Daniel Barros Caló

CC. 1712547346

## DECLARACIÓN DE PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, “Creación de una guía para bares y restaurantes sobre el uso de bitters a base de cáscara de naranja”, de Martien Adrian Tijssen Hurtado, en el semestre 2019-2, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

---

Alejandro Javier Salazar Benito

CC. 1752445138

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que ese trabajo es original, de mi autoría que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

---

Martien Adrian Tijssen Hurtado

CC. 1717124570

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente a mi familia por brindarme el apoyo en esta profesión y a Daniela por haber sido mi soporte a lo largo de este proyecto.

## DEDICATORIA

Es dedicada a Andrés Oña,  
quien ha mostrado  
perseverancia en la  
coctelería del país.

## Resumen

El presente trabajo de titulación presenta, una guía de realización y uso de bitter de naranja para bares y restaurantes, mismo que se divide en diferentes capítulos, cada uno tiene como finalidad ayudar a tener una comprensión de lo que es el producto.

Para empezar, se decidió llevar a cabo un marco teórico, mismo que muestra en su totalidad el significado de bitter, sus orígenes, aplicaciones en relación con la salud y cómo estos están afectando en la actualidad a bares y restaurantes en diferentes partes del mundo. Posteriormente se implementan opiniones de bartenders de diferentes partes de Latinoamérica, logradas por medio de encuestas digitales, esto servirá como referencia de lo que sucede en distintos establecimientos y la adaptación que estos realizan en sus establecimientos.

A continuación, se muestra la situación del país, misma que se realiza a través de entrevistas realizadas a administradores y bartenders ecuatorianos, expertos en su ámbito laboral, donde se demuestra que el uso de este producto, puede generar un valor diferenciador, y una ventaja competitiva frente a las demandas del mercado actual.

Por último, se desarrolla la guía de este bitter, mismo que pasó a través de un focus group, para que el resultado sea el óptimo. De esta manera se desarrolló el producto de prueba y la receta estándar final, donde se evalúa los costos de la misma, demostrando que el producto sea accesible para realizarse en cada establecimiento.



## ABSTRACT

The following paper presents a guide of how to do and use a orange bitter for bars and restaurants, which was divided into different chapters, each with an specific purpose that helps to understand the product.

First of all, was decided to carry out a theoretical framework, which shows in its entirety the meaning of bitter: origins, applications in relation to health and how these are currently affecting bars and restaurants in different parts of the world. Subsequently, opinions of bartenders from different parts of Latin America are implemented, achieved through digital surveys, this will serve as a reference of what happens in different establishments and the adaptation that these carry out.

Next, the situation of the country is shown, which is done through interviews with barmanager and Ecuadorian bartenders, experts in their work environment, which shows that this can achieve a competitive advantage and greater interaction with customers with the correct use of the product.

Finally, the guide of this bitter is developed, which went through a focus group, so that the result is the best, in this way the test product and the final standard recipe were developed, where the costs of the same, showing that the product is accessible to be made in each establishment.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	2
Objetivo General.....	2
Objetivos Específicos.....	2
<b>JUSTIFICACIÓN</b> .....	2
<b>METODOLOGÍA</b> .....	3
<b>CAPÍTULO I</b> .....	5
Marco Teórico.....	5
1.1 Historia y origen de los bitters.....	5
1.2 Significado de cocktail o coctel.....	5
1.3 Bitters .....	6
1.4 Normativa para bitters.....	6
1.5 Perspectiva medicinal.....	7
1.6 Aplicaciones.....	7
1.7 Marcas de relevancia.....	9
1.8 Naranja.....	10
<b>CAPITULO II</b> .....	11
2.1 Situación.....	11
2.2 Economía.....	13
2.3 Proveedores.....	14
2.4 Adquisición y realización de bitters en diferentes países.....	16
3.2 Concepto de bitter de cáscara de naranja.....	17
2.5 Uso de bitters.....	19
2.6 Composición química de los ingredientes. ....	21
2.7 Ingredientes para la elaboración del bitter de naranja. ....	22
2.8 Procedimiento de la elaboración del bitter de naranja.....	23
2.9 Equipo y Materiales.....	24
2.10 Receta estándar .....	25
2.11 Análisis de costo de receta estándar .....	25

2.12 Creación del producto .....	27
2.13 Validación.....	28
2.13.1 Validación del producto .....	28
2.13.2 Focus Group.....	29
2.13.3 Desarrollo de Reclutamiento.....	29
2.13.4 Check list de Cata.....	29
2.14 Cata.....	30
2.14.1 Hoja de cata.....	31
2.15 Resultados de Cata.....	31
2.15.1 Cata Visual .....	32
2.15.2 Cata Olfativa.....	33
2.15.3 Cata Gustativa.....	33
2.15.4 Cata General .....	34
2.15.5 Puntuación Individual.....	35
<b>CAPITULO III</b> .....	<b>36</b>
3. Manual de procesos para la elaboración del bitter a base de cáscara de naranja.....	36
3.1 Objetivos .....	36
3.1.1 Objetivo general.....	36
3.1.2 Objetivos específicos .....	36
3.2 Receta estándar fina.....	37
3.3 Aplicaciones.....	38
3.4 Procedimientos.....	39
3.4.1 Procedimientos.....	39
3.5 Diagrama de flujo .....	40
<b>CAPÍTULO V</b> .....	<b>42</b>
4.1 Conclusiones y recomendaciones .....	42
4.2 Conclusiones .....	42
4.3 Recomendaciones .....	43
REFERENCIAS.....	45

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Herramientas de investigación.....	4
<b>Tabla 2</b> Composición Química de alimentos.....	21
<b>Tabla 3</b> Equipo y Materiales.....	24
<b>Tabla 4</b> Receta Estándar .....	25
<b>Tabla 5</b> Creación del Producto.....	27
<b>Tabla 6</b> Hoja de Cata .....	31
<b>Tabla 7</b> Receta estándar Final .....	37
<b>Tabla 8</b> Procedimientos .....	39

## Tabla de Figuras

<b>Figura 1</b> Cata Visual .....	32
<b>Figura 2</b> Cata Olfativa.....	33
<b>Figura 3</b> Cata Gustativa.....	34
<b>Figura 4</b> Cata General .....	35
<b>Figura 5</b> Escala de Puntuación Individual.....	36
<b>Figura 6</b> Flujograma.....	41

## INTRODUCCIÓN

Los bitters nacen para ser utilizados de forma medicinal, mismos que se obtenían tras una maceración y una infusión de ciertas raíces y diferentes botánicos utilizados para contrarrestar malestares estomacales en 1830, año en el que fue lanzado el primero de estos tónicos. De manera que pasa el tiempo, estos se van adaptando a un consumo por sabores y aromas, obteniendo así un puesto en diferentes bares de aquella época, sin embargo, en el año 1920 ocurre la ley de la “prohibición” donde varios de estos bitters desaparecen (Smith, 2012).

En 1990, los bitters vuelven a aparecer directamente como un implemento de barra, desde ese entonces, muchos bares a nivel mundial, les dieron forma a diferentes cocteles, tanto a clásicos como a cocteles de “altura”. Es así que los países de primer mundo han marcado esta tendencia de bitters, dando paso a la fabricación de bitters emblemáticos por parte de cada bar, creando de esta manera sabores únicos (Gutiérrez, 2013).

Latinoamérica, por otro lado, está empezando con esta tendencia dónde México ya cuenta con el bar Limatour, posicionado en el puesto 11 de la lista mundialmente reconocida “50 Best Bars”. De igual manera, se encuentra en este rango de categoría el bar argentino Florería Atlántico, en el puesto número 14 (50Best, 2018).

En el Ecuador, está empezando a popularizándose esta tendencia. Si bien son pocos los bares que tienen estos bitters y se especializan en cocteles, se puede decir que desde el año 2015, se está creando una corriente en el país al ofrecer a los consumidores de este tipo de productos.

Es así que el objetivo de esta investigación es ayudar a bares que desconocen sobre este producto, mediante la creación de una guía para preparar bitter a base de cáscara de naranja con una receta que sea replicable para cada establecimiento, y que fomente la creatividad al momento de realizar un bitter, mediante una propuesta interesante y novedosa.

## OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

### Objetivo General

CREACIÓN DE UNA GUÍA PARA BARES Y RESTAURANTES SOBRE EL USO DE BITTERS A BASE DE CÁSCARA DE NARANJA

### Objetivos Específicos

- Determinar mediante fuentes bibliográficas y entrevistas la situación general del país en cuanto a los bitters.
- Describir y realizar la experimentación del bitter.
- Creación de la guía para bares y restaurantes sobre el uso de bitter a base de cáscara de naranja.

## JUSTIFICACIÓN

Según el TO.TASTE FOOD & DESIGN del 2014, por Juan Montero, periodista y bartender mexicano, los bitters se han convertido en gran tendencia en Latinoamérica en estos últimos años. Si bien estos han tenido un origen y uso medicinal en sus inicios de los bares de cocteles como los conocemos, estos se perdieron, hasta hace unos años y esto se debe al gran auge de la coctelería ya que estos son ingredientes fundamentales de varios cocteles clásicos y nos comenta también que para Latinoamérica es difícil conseguir

bitters, es por eso que en la mayoría de los países están optando por realizar bitters en sus establecimientos, él justifica que los bitters son parte esencial de las bebidas con estas palabras:

“Es un elemento imprescindible para preparar cócteles con personalidad, muchas veces cuando los probamos los reconocemos por sus destacadas propiedades aromáticas, aportando ese toque de amargor y fragancia, haciendo al coctel más equilibrado en sabores.” (Monteros, 2014).

Comparando con la situación actual de Ecuador, se refleja totalmente lo que sucede en lo que nos narra Juan Montero. La propuesta actualmente se centra en brindar una experiencia distinta; con apoyo de bitters en sus cocteles ayudan a elevar la calidad del producto.

Este plan de tesis se alinea con el objetivo 5 del “Plan nacional de desarrollo 2017 – 2021”, el cual se enfoca en “Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES], 2017, p. 80), mismo que se enfoca en el comercio interno y en la exportación de productos, se puede recatar que esto va enfocado a las empresas para realizar micro emprendimientos, como es con esta tesis que se enfoca en realizar una guía para locales, que se puede usar para realizar diversas formulaciones con diferentes productos nacionales (SENPLADES, 2017, p. 77).

## **METODOLOGÍA**

Este Proyecto corresponde a una Investigación cualitativa que se refiere a un estudio a gente partiendo de puntos básicos de lo que estas personas dicen o hacen enfocándonos en un escenario cultural y social debido a que esto nos facilitará en un avance al proceso de plantación de los hecho, el enfoque que se utiliza, nos dará puntos subjetivos, información orientada al problema que sea válida, real, rica y profunda (U, 2008).

Métodos a utilizar:



- Analítico científico: el mismo que nos Brinda un reflejo de todo lo que sucede dentro del tema se utilizará en el capítulo I marco teórico, debido a que con este método seremos capaces de analizar desde diferentes aspectos el tema a analizar, estos serán: causas, naturalezas, efectos que este pueda causar, hechos y leyes (Hincapié, 2014)
- Inductivo: este método nos ayudará a generalizar a partir de los datos obtenidos en el anterior capítulo. Se utilizará en el capítulo II, diagnóstico de la observación y experimentación que se realizará a las personas debido a que este punto parte de fenómenos particulares basados en hipótesis, principios y leyes que se apliquen al tema a realizar.
- Deductivo: al terminar con este método lo que se busca es concluir con un sólo fenómeno, se utilizará en el capítulo III, propuesta de crear una guía de bitter con cáscara de naranja, debido que se habrán analizado varios factores y se tendrá que llegar a una conclusión con las teorías previamente investigadas.

Herramientas a utilizar:

**Tabla 1** Herramientas de investigación

Técnica	Instrumento	Quién	Dónde
Observación	Fichas de observación, diario, fotos, etc.	Bares y restaurantes.	En la Av. Portugal en la ciudad de Quito.
Entrevista	Cuestionario, grabadora, video.	Bartenders y propietarios de restaurante.	Av. Portugal en la ciudad de Quito.
Encuesta	Cuestionario.	Gente en un rango de edad entre 21 años de edad en adelante.	Av. Portugal y Eloy Alfaro en la ciudad de Quito.
Técnica documental	Fichas.	Estudiantes de la udla	Udla campus Granados.
Experimento	Videos, fichas, focus group, validación de expertos.	Estudiantes de la udla	Udla campus Granados.

## CAPÍTULO I

### Marco Teórico

#### 1.1 Historia y origen de los bitters.

Si ha visitado últimamente un bar estilo “speakeasy” o ha revisado un menú en un bar que sea especializado en cocteles clásicos durante este año, se habrá dado cuenta que la palabra bitter va de inmediato en los ingredientes de ciertas recetas; Eso se da porque vivimos un boom de bitter en varios países del mundo, donde se han desarrollado varias marcas pequeñas de bitter, en su mayoría de forma artesanal o hechos por el mismo establecimiento. En estos momentos algunos bares deciden no tener solamente una botella solitaria de bitter de Angostura, por lo contrario, hay miles de opciones que captan la atención y están listos para ser usados de manera creativa o como un post vanguardismo, por así decirlo.

De manera histórica, los bitters son considerados un elemento importante al momento de realizar un coctel, porque jugaban un papel esencial en la primera definición de lo que es un coctel. Uno de los primeros escritos encontrados fue el 13 de mayo de 1806, en la edición del periódico *“The balance, and Columbian Repository of Hudson”*, de Nueva York, donde el editor responde a los lectores sobre un artículo anterior usando la palabra “coctel”, para describir una bebida compuesta por diferentes ingredientes y en el mismo se refiere cómo: “Un coctel es un licor estimulante compuesto por un espirituoso de cualquier tipo, azúcar, agua y bitters” (Repository, 2004).

#### 1.2 Significado de cocktail o coctel

Por lo que entendemos que “cocktail”, en esa época, era para un tipo específico de bebidas en el léxico y ya incluía diferentes categorías, tales como: cobbler, daisy, fizz, flip, julep, sling, smash, sour, etc. Desde 1806, se

puede apreciar que “cocktail” se convirtió en una palabra para describir cualquier bebida mixta, como puede ser el caso de un americano a un negroni, todo lo que conlleva la categoría de bebidas alcohólicas (Wondrich, 2017).

### 1.3 Bitters

¿Qué es exactamente un bitter? Los bitter son agentes que brindan aroma y sabor a los cocteles o a la comida, estos están hechos por medio de una infusión con: raíces, cortezas, cascara de fruta, especias, hierbas, flores, semillas y productos botánicos, cuya infusión se realiza en un alcohol de alto grado etílico, es decir de 40° alcohólicos en adelante. Durante mucho tiempo se consideraba a los bitters como una fórmula para curar males, ya sean dolores de cabeza, indigestión, calambres estomacales o estreñimiento (Graham, 2018)

### 1.4 Normativa para bitters

¿Cómo ven los países en normativas a los bitters? Según la normativa paraguaya en el Reglamento Técnico y evaluación de la conformidad en el 2015, definen a los aperitivos y a los bitter como:

“Son las bebidas con una graduación alcohólica de 0,5% a 54% Vol., a 20°C, que contienen ciertos principios amargos y/o aromáticos a los cuales se les puede atribuir la propiedad de ser estimulantes del apetito, obtenidas a partir de extractos de uno o más vegetales, o de partes de ellos permitidos en el ámbito del MERCOSUR. El producto final debe cumplir con la limitación establecida para los principios activos en el ámbito del MERCOSUR, provenientes de las sustancias vegetales utilizadas en su elaboración” (MERCOSUR, 2015).

Estos parámetros paraguayos, país que pertenece al tratado de MERCOSUR, muestra que pueden tener un nivel alcohólico bastante alto o bajo. Sin embargo tiene que ser amargo y aromático, mientras que en Ecuador se observa solamente a través del INEN, (1992) un parámetro general:

“2.18 Amargo. Es la bebida alcohólica de sabor amargo preponderante, obtenida por aromatización del alcohol etílico con sustancias aromatizantes naturales. También puede denominarse Bitter” (INEN, 1996).

### 1.5 Perspectiva medicinal

Las papilas del ser humano, solo nos permiten diferenciar 5 sabores distintos: ácido, amargo, dulce, salado y umami. Los humanos, como algunos animales, estamos programados para reaccionar en forma de rechazo, en primera instancia, a los sabores amargos, por lo que el cuerpo lo toma como una advertencia de que lo que se está por ingerir puede ser venenoso y esto, según el Dr. Frederic Venyes, en 2017, nos explica que esto sucede porque el humano tiene que relacionarse con su entorno, para ir acoplado los sabores amargos que no son tóxicos; y que el ser humano distingue de manera eficaz porque en la lengua se dispone de más de 25 receptores de amargor y que dentro del cuerpo existen muchos más de estos receptores (Vinyes, 2017). Sin embargo la amargura también puede resultarnos atractiva, especialmente cuando se entrega a través de café, chocolate, berenjena, toronja, olivas, hierbas y lechugas amargas. También se puede recalcar que en “*La biblia del sabor*”, de Karen Page y Andrew Dornenburg del 2009, se comenta el punto de vista de distintos chefs en cuanto al sabor amargo, el cuál consideran que es un gusto de limpieza para la boca y crea la sensación de querer más y más en los comensales (Page & Dornenburg, 2008).

### 1.6 Aplicaciones

Otro de los mitos o concepto erróneo que se tiene sobre los bitter, es que estos van a amargar la bebida. Aunque esto pueda sonar comprensible, probándolos por sí solos, los bitter tienen un sabor ligeramente amargo y en algunos casos algo agrisado, dando apertura a que su nombre, no necesariamente se refiere a un sabor específico, sino a las soluciones que este tiene con agentes amargos, tales como se lo explicó anteriormente. Los bitter son esencialmente un condimento líquido para bebidas y también para alimentos, la referencia más cercana que puede dar un bartender, es que a los bitter se los puede considerar como la sal y la pimienta de la barra. Como prueba de esto, en sus lugares de trabajo pueden realizar dos rob roy, uno con bitter y el otro sin él, y al degustarlos se podrá apreciar la notoria diferencia que estos tienen, ya que el rob roy sin bitter no es el mejor coctel del mundo, es por eso que el uso del mismo se vuelve un aditivo de la bebida y de esta manera ayuda a que no sea muy amarga ni muy dulce, dependiendo el caso (Parson, 2011).

Jamie Boudreau, en 2011, comenta que:

“Si alguna vez siento que un coctel es común o algo le hace falta, la respuesta es casi siempre algo de bitter, ya que por lo general solo una pizca ayudará a equilibrar una bebida ligeramente dulce y ofrecerá una complejidad que pudo haber faltado” (Boudreau, 2011).

También A. J. Rathbun, quien es escritor de “Good Spirits” y “Luscious Liqueurs” en su blog da un repaso sobre lo que es tomar una bebida con bitter, donde comenta que para él, cada bitter es diferente y cada uno puede cumplir funciones muy distintas, las cuales van a depender de las notas que estos tengan, como pueden ser: herbales, especiados y hasta frutales. Los bitter deben ser usados de la manera correcta, para que no alteren otros sabores dentro del coctel, sino de forma en la que estos se lleven y creen un sabor en conjunto, más no por separado (Rathbun, 2011).

Para ayudar a la comprensión de cómo utilizar un bitter, vamos a denominar bitter no potable a aquellos que son aromáticos y potables a aquellos como Campari, Fernet Branca, Averna, entre otros. Los bitter no potables, cuando se aplican a un coctel en una medida como un ingrediente para que este resalte, se lo llama Cocktail Bitter o bíter de cóctel. Esto contrasta con los bitter potables, que se pretende que sean bebidos solos, como aperitivo o como un digestivo, ya que están creados con la idea de tomarse de un sorbo o mezclado con un refresco. Por otra parte, los bitter no potables son ricos en alcohol y demasiado ricos en sabor para ser tomados como los bitter potables.

### 1.7 Marcas de relevancia

Se encuentran ahora varias marcas de bitter como se comentó anteriormente, sin embargo las marcas más reconocidas son:

- Peychaud's Bitters: Nace después de la era de la prohibición, ya que Antonie Amedie Peychaud trabajó en un lugar donde se realizaban bitters antes de la época conmemorativa de los Estados Unidos, llamada "la prohibición". En esta época se prohibió la compra y realización de cualquier tipo de bebida alcohólica, por lo que este bitter surge en 1836, en Nueva Orleans. Se dice que Peychaud se hizo famoso por comercializar en su bar una mezcla de coñac especiado con sus bitter, el mismo que se servía en un coquetier (un porta huevos) que conocemos ahora como jigger, para después inventar uno de los cocteles más emblemáticos dentro del entorno de los bartenders, llamado "Sazerac" (Kamholz, 2014).
- Angostura Bitters: Es reconocido fácilmente por su etiqueta de gran tamaño y su tapa amarilla, creado por el Dr. Johann Gottlieb Benjamin

Siegert, de origen alemán. El Dr. Siegert viajó a Venezuela, donde fue nombrado cirujano general en el ejército de Simón Bolívar. Es ahí donde comienza a realizar un tónico para que los militares no sufrieran mareo al cruzar por los mares cercanos a la ciudad de Angostura, lugar donde nace la idea y se populariza en los años 1830. Al poco tiempo decide retirarse de la milicia para dedicarse a la realización de su tónico, que pronto se comercializaría como bitter de Angostura. Posteriormente, viajó a las Islas Trinitarias y fundó la empresa. En 1870, el Dr. Siegert fallece, heredando la fábrica a sus hijos, los mismos que no supieron llevarla y se la vendieron a unos inversionistas que mantuvieron la receta y la presentación del producto. Un dato interesante sobre este exitoso bitter, es que su receta solamente la saben 5 personas en todo el mundo (Alcademics, 2011).

A la vez que el tiempo transcurre, angostura saca su bitter de naranja en el que es todo un éxito y afanado por la comunidad de bartenders. El mismo tiene gran versatilidad al momento de realizar una bebida, debido a su potente sabor amargo y aroma del cítrico. Es por eso que se ha escogido el fruto para ser el diseño de esta guía.

### 1.8 Naranja

La naranja, aunque tiene un origen incierto, llega a América junto la conquista española, misma que se data en el siglo XV, este fruto proviene de la planta denominada, naranjo. No obstante se conocía antiguamente por los griegos como “naranjo amargo”, por lo que se puede asumir que este fruto era mucho más cítrico en la antigüedad (anónimo, 2018).

En Ecuador la naranja más común es la que se denomina blanca, la misma que es la más demandada por todo el mundo. Esta contiene gran cantidad de zumo, por lo mismo que la hace muy cotizada; el problema que tiene este tipo de naranja es que es sensible a climas fríos. Es por eso que en el país se siembra y se cosecha en las zonas con temperatura cálida o tropical, es común encontrar productores en provincias de la costa ecuatoriana, según el periódico de “*el Comercio*” nos dice que al día en la costa se vende alrededor de 20.000 naranjas y que cada productor está encargado de producir cerca de 5000 naranjas, para ser vendidas (Comercio, 2011).

En esta tesis se utilizará solamente la cáscara del género, sin embargo esto tiene su motivo, es debido a que en esta parte de la fruta se encuentra una gran cantidad de flavonoides, los mismos que nos ayudarán con el amargor que necesita el bitter. Por otro lado, según el Dr. Mercola, los flavonoides, son compuestos antioxidantes, son conocidos por prevenir enfermedades graves como enfermedades cardíacas y cáncer (Mercola, 2016).

## **CAPITULO II**

### **2.1 Situación**

Ecuador se puede considerar como un país con una cultura alcohólica lo cual surge a partir de una respuesta o un patrón socio-cultural que se ha reproducido desde los antepasados y una cultura pre – hispánica, donde los pueblos originarios consumían estas bebidas alcohólicas como parte de un ritual para poder contactar a los espíritus que guiarían a los pueblos. Con la conquista española, la bebida alcohólica que se consumía pasó de ser un ritual a ser una manera de escapar de los problemas bajo el efecto alcohólico. Es así



que, partir de esa mezcla entre diferentes culturas también se empezó a usar la bebida para darle un valor agregado a cualquier celebración (MetroEcuador, 2017).

A través de censos se muestra que el ecuatoriano promedio tiene su primer encuentro con la bebida alcohólica alrededor de los 13 a 16 años, en consecuencia, se considera que la población del Ecuador tiene una cultura alcohólica muy marcada, la cual empieza desde los hogares, como lo asegura el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) en 2012, puesto que, para ese año, el gasto total en bebidas alcohólicas fue de 545 mil dólares en los sectores con menos ingresos; Por otra parte, los sectores con mejores ingresos muestran un gasto de más de 2 millones en compra de bebidas alcohólicas (INEC, Instituto nacional de estaística y censos, 2012).

Por otro lado, se cuenta con un aporte de Cedatos, donde se muestra que el 33% de la población se encuentra en disponibilidad de consumir bebidas netamente alcohólicas, y aunque la cerveza sigue siendo un principal atractivo para los ecuatorianos, obteniendo un 79% de aprobación. También muestra que el mayor consumo de licores tales como: ron, vodka, gin, whisky, etc., se adquieren en mayor cantidad en bares o discotecas donde se centra la atención por los cocteles o solamente por espirituosos con hielo (Cedatos, 2018).

Con la apertura de bares muy enfocados en la coctelería como es el caso del Bar de Banh Mi, Chosen Bar, Mood Bar, entre otros. Se ha puesto a prueba la creatividad de los bartenders, quienes llevan a cabo diferentes cocteles enfocándose en la clientela. Como es el caso de Chosen Bar, el cual empezó con una temática de bar europeo, adicionando bitters desde que abrió sus puertas, teniendo claro que los mismos aportan mucho a la hora de la

presentación de un coctel o de crear un sabor en específico para las bebidas (Oña, 2019).

Por otra parte, John Barreno, Director de la Asociación de Bartenders del Ecuador, en una entrevista para el periódico de El Comercio comenta que el país se encuentra atravesando un “auge coctelero”, partiendo de lo tradicional como la chicha o el canelazo para, posteriormente, pasar a una época donde las barras, al igual que la cocina, se basan en experimentar con productos locales, con maceraciones de diferentes tipos, usando frutas amazónicas y también el uso de vegetales (Barreno, 2015). E el bar de Banh Mi, se formuló el coctel “Arrarray” el mismo que contiene en su receta el “ají cola de ratón” que brinda un sabor totalmente distinto a lo convencional y aporta con el uso de producto local.

## 2.2 Economía

En lo que concierne a la industria de alimentos y bebidas (A&B), se encuentra regularizado por el INEC dentro de la plataforma de empresas manufactureras. Según esta institución en 2012, cerca de un 38% de los negocios con una actividad económica reciente están dentro del sector de A&B. Dentro de este se encuentra un 5.4% del sector manufacturero y el 26% dentro de ese porcentaje se dedica a actividades de alimentación y bebidas (INEC, Info economía , 2012).

Según el diario El Comercio, para el 2014, se encontraban solamente en Quito alrededor de 4000 centros de entretenimiento nocturno avalados por Quito Turismo, mismos que se distribuyen por zonas siendo el sector de la Mariscal el más llamativo para estos lugares, el cual cuenta con 1500 locales con expendio de alimentos y bebidas (Jácome, 2014). El Banco Central del Ecuador muestra que el sector de alimentos y bebidas representa 39% e plaza

de trabajo, misma que refleja un aumento del PIB del 5.7% para el 2017 (BCE, 2017).

Cabe recalcar que el sector de alimentos y bebidas es una de las industrias que más genera empleo, creando más de 5000 puestos de empleo a nivel nacional para el 2013 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2013).

### 2.3 Proveedores

Dentro del producto se utilizan distintos ingredientes, dentro de estos tenemos: vodka, naranja, cardamomo, canela, y clavo de olor; serán quienes se encarguen de brindar los aromas y sabores necesarios para lograr el producto final. Estos se pueden encontrar por los siguientes proveedores.

Vodka:

1. Juan Eljuri Licores: Cuenta con una gran carpeta de licores, dentro del mundo del vodka se puede encontrar: Smirnoff, vodka IceLand, Finlandia, Belverde, Sky vodka, Grey Goose y Stolichnaya.

Contacto móvil: +593 98 415 6698

Contacto e-mail: [info@eljurilicores.com](mailto:info@eljurilicores.com)

2. Proalco: Una empresa encargada de la distribución de distintos productos, entra con fuerza en el mercado de bares con una marca de vodka bastante reconocida como lo es Poliakov, vodka polaco de gran calidad.

Contacto móvil: 225 0163

Contacto web: [www.proalco.com](http://www.proalco.com)

3. Ilsa S.A.: Empresa que lleva varios años compitiendo con su producto estrella de Russkaya vodka y Absolut vodka.

Contacto móvil: 267 4350

Por otro lado también se cuenta con varios proveedores certificados de naranja, que son los siguientes:

### Naranja

1. Agrocomercial: Esta empresa de la costa ecuatoriana se dedica a la comercialización de fruta fresca en toda la región ecuatoriana.

Contacto móvil: 601 0298

Contacto e-mail: [andresflores@agrocomercialfrutafresca.com](mailto:andresflores@agrocomercialfrutafresca.com)

2. Ecopacific: Se dedica a la realización de bebidas y productos de consumo vegano, tiene marcas como D'hoy y Yogurt vegano. Se dedica principalmente a la venta de naranja y otras frutas en toda la región ecuatoriana.

Contacto móvil: 209 3171

Contacto e-mail: [info@ecopacific.com.ec](mailto:info@ecopacific.com.ec)

3. Morvie: al igual que agrocomercial, es una empresa dedicada a la venta de fruta fresca y su producto principal es la naranja.

Contacto móvil: 287 7095

Contacto e-mail: [morvie@uio.telconet.net](mailto:morvie@uio.telconet.net)

Dentro del bitter también encontramos diferentes especias, mismas que se puede encontrar en cualquier mercado cercano al establecimiento, sin embargo, como una propuesta alternativa y con alto control de sanidad, se encuentra a Cook – insumos alimenticios. Misma que se dedica a la repartición de todo lo que es granos y frutos secos.

Contacto móvil: +593 99 812 9154

Contacto e-mail: [cookinsumos@gmail.com](mailto:cookinsumos@gmail.com)

## 2.4 Adquisición y realización de bitters en diferentes países

Dentro del mundo de la coctelería nos topamos con diferentes estilos de bar y enfoques dentro de los mismos. Pueden llevar una coctelería simple como una más compleja; es por eso, que se ha entrevistado a varios profesionales de experiencia internacional, que actualmente laboran en bares.

Nicolás Castro, fundador de Bitter Cocktail Club en Lima – Perú y Chosen bar en Quito – Ecuador, y campeón americano en WorldClass 2018, comenta que la importancia de los bitter equivale a los condimentos de un chef. Sin embargo en Lima, se le es muy complicado encontrar bitters al igual que en Quito. Desde ese punto, en las barras de Bitter Cocktail Club y Chosen bar, se realizan diferentes tipos de bitter, sin embargos enfocados a ser sabores específicos. Aunque sea difícil él prefiere usar marcas que ya están tiempo en el mercado debido a la rentabilidad en precio, una de las marcas que nos recomienda Nicolás es, Bitter Palmer (Castro, 2019). Este es un bitter elaborado en Argentina por Sebastian Palmer, mismo que logra este producto después de que se lo pidieran en el hotel que trabajaba, ahora este cuenta con una gran cartera de bitters que los realiza tanto para cocina, como para barra, dentro de sus sabores más destacados están: champiñones, absenta, fernet, y lemon twist (Palumbo, s.f.).

Se puede tomar en cuenta que Perú, ganador de por 7 años consecutivos de los World Travel Awards, ganando en modo culinario, cultural y como mejor atracción turística Machu Picchu (WorldTravelAwards, 2018) y con su reciente entrada a los 50 Best Bars con Carnaval – Bar (50Best, 2018), este país tiene aún un decreciente comercio en lo que es bitters y dueños de barra como lo es Nicolás Castro, busca sus bitter por medio de Amazon o de gente que venga del extranjero o simplemente prefiere hacerlos él mismo.

Por otro lado, Roberto Berdecia, barmanager de La Factoría, bar reconocido número 36 de los 50 Best Bars 2018. Comenta que en su barra, prefiere usar bitters de producción propia, siendo el lugar en Puerto Rico, tienen una distribución muy pequeña de bitters. Esto ha hecho que una de las mejores barras del mundo tome la iniciativa de crear sus propios instrumentos de trabajo, por así decirlo. También nos comenta que igual tienen bitters de marcas conocidas, como es el caso de Angostura Bitter y Bittermens. Sin embargo dentro de los que ellos elaboran y las marcas que utilizan cada uno son para satisfacer una necesidad distinta (Berdecia, 2019).

En cambio, todo lo contrario sucede en España, así comenta Santiago Naula, bartender en Akelarre Hotel de San Sebastián – España, asegura que es mucho más sencillo conseguir bitters en toda la región. Por otra parte, estos deciden realizar bitters de producción propia, de esta forma crear un sabor especial para cada bebida (Naula, 2019); existiendo una gran diferencia entre américa latina entre distribución de producto, en este caso de bitters, resalta una preferencia por realizar bitters en sus propios establecimientos, ya sea esto por ausencia de variedad en marcas como para dar un toque especial a diferentes cocteles.

### 3.2 Concepto de bitter de cáscara de naranja.

El bitter de naranja no es como cualquier otro bitter de especias que se los tiene desde hace mucho tiempo, estos se perdieron en la historia, así comenta David Wondrich en 2017, quien lamenta que la historia de la coctelería se ve perdida y se convierta en un fragmento turbio, sin embargo, puesto que todo lo que ha sucedido en el ámbito de la gastronomía se ha dado mientras la gente bebía. Es por esto que el bitter de naranja se fue entre el festejo de muchos (Wondrich, 2017).

Tomando en cuenta que los bitters fueron creados con un objetivo médico, en el siglo XIX, se establecieron muchas recetas por parte de diferentes farmacéutas, que incluían cáscaras de naranja de Sevilla o Indias Occidentales (Dietsch, 2011).

Revisar anexo 1, donde se muestra una de las recetas más antiguas registradas de bitter, realizada por Edward Ricket en su guía sobre servicio de vinos.

Dentro de varias recetas actuales de bitter de naranja se puede observar que ciertos ingredientes se siguen usando al igual que en las primeras recetas de bitter, algunos de estos ingredientes son: genciana, canela, clavo de olor, cardamomo, semilla de cilantro y jengibre. Gary Regan, creador del bitter Regan's Orange bitter No.6, dice que generó la idea por medio del libro mencionado anteriormente de Edward Ricket, sin embargo, este lo logró en su intento número 5 al replicar el bitter que se menciona. Al llegar a las fábricas de Fee Brother alrededor de la década de 1900, estos aceptan la receta, sin embargo la tuvieron que mejorar, por lo que el bitter era muy suave en aroma y le faltaba potencia de amargor; se realiza el intento número 6 y se crea el nombre correspondiente en su etiqueta (Regan, 2011).

En uno de los cocteles que más se popularizó este bitter, es el Martini seco, el cual contiene:

- 3 oz. de gin.
- 1 dash de vermut rosso.
- 2 dashes de bitter de naranja.

El producto ya se lo usaba en diferentes cocteles previa la prohibición en Estados Unidos estos son: Bijou, Ópera, Trilby y Bronx. Véase anexos 2 para las recetas de estos cocteles.

El bitter de naranja ha sido un factor importante a lo largo de la historia, mismo que resurge después de casi un siglo por un impulso de recrear sabores clásicos y se crea en forma casera, se puede apreciar en el bitter de Gary Regan con su bitter de naranja y el impacto que este genera. En consecuente, ahora en cada barra se encuentra una botella de bitter de naranja dispuesto a ser utilizado (Kamholz, 2014).

Por consiguiente, el bitter a base de cáscaras de naranja puede ser de alto rendimiento para un bar o restaurante. Visto desde un punto sostenible, al utilizar la cáscara de este cítrico para realizar el bitter, la única merma que produciría es la parte del “mesocarpo”, más conocida como la parte blanca entre la cáscara y la pulpa, que puede ser empleada para realizar otros productos para el establecimiento.

Adicionalmente, si la botella va acorde a la temática del lugar será mucho más llamativa a la vista, esta puede ser utilizada en cualquier cóctel, si bien su uso corresponde más a la coctelería, no estaría mal probar también en bebidas soft con el fin de realzar sabores, como puede ser el caso en una agua mineral o en jugos, si bien los bitters llevan alcohol la proporción de bitter en le bebida no hará presencia el alcohol y será rica en aroma.

## 2.5 Uso de bitters

En cada bar, se aprecia que cada bartender utiliza de diferente manera sus bitters en las recetas de cocteles, sin embargo, esto es algo normal y se debe a que una pizca de bitter puede variar según la marca, según un tipo de botella y,



también una de las cosas más importantes, el tamaño del dispensador que tenga (Rausa, 2016).

Un gran ejemplo es el de Bitter Cocktail Club, donde se decanta cada uno de estos bitters comprados, en vasos uniformes para que se pueda asegurar la cantidad que se usa de cada bitter y que no influya la marca. Por otro lado, esto puede ser distinto al momento que se habla por ejemplo de un Pisco Sour, que puede realizarse con ayuda de un gotero para facilitar la función y que las gotas de bitter queden marcadas en la espuma en forma de decoración, en pocas palabras, no hay que ser tímido al momento de tomar diferentes alternativas según corresponda a la necesidad.

Los bitters cuentan con una gran versatilidad al momento de usarse, es por eso que se realizan diferentes cocteles sin una cantidad específica de bitter; la experiencia y soltura de cada bartender determinará en que cantidades y de qué manera se emplea el bitter. Dentro del rango de bitters que se usa normalmente, si una receta por lo general necesita un golpe de bitter y la botella tiene un pico muy cerrado, se puede agitar varias veces hasta que salga la cantidad deseada. En el caso de un gotero es necesario saber que de 4 a 5 gotas es la cantidad correspondiente a un dash. Sin embargo, si es que se desea utilizar el bitter por sus propiedades aromáticas más que por sus propiedades saborizantes, se puede utilizar un spray para rociarlo en el vaso, un gran ejemplo es "Misto", que se utiliza al momento de servir un Martini seco, el cual tiene la propiedad de ser recargado varias veces con el líquido que uno desee rociar sobre la bebida o sobre la comida (Parsons, 2011).

Por otra parte, el bitter se puede utilizar sobre comida, como dice Angostura Bitters en su etiqueta: "para cocinar y para la mesa... Angostura para amenizar la comida". Si bien se empezó una tendencia en bebidas, cualquier bitter puede dar más sabor a la comida. Por ejemplo, sobre fruta en algunos dashes,

compartiendo espacio entre el aderezo de una ensalada, siendo saborizante en una masa de pastel y también en una sopa, debido a la temperatura de esta se lo deberá colocar al momento de servir (Angostura, 2019).

## 2.6 Composición química de los ingredientes.

**Tabla 2** Composición Química de alimentos

<b>Composición Química</b>	
<b>Ingrediente</b>	<b>Compuestos</b>
<b>Alcohol Etílico</b>	Carbono
	Hidrógeno
	Oxígeno
<b>Canela</b>	Proteína
	Hidratos de Carbono
	Fibra
	Calcio
	Hierro
	Vitamina C
	Potasio
	Fósforo
<b>Clavo de Olor</b>	Agua
	Fibra
	Carbohidratos
	Grasa
	Potasio
	Calcio
	Hierro
<b>Naranja</b>	Sodio
	Agua
	Grasas
	Proteína
	Hidratos de carbono
	Fibra
	Potasio
	Fósforo
Hierro	

	Sodio
	Magnesio
	Cinc
	Manganeso
	Vitamina C
	Vitamina A
	Vitamina B1
	Vitamina B2
	Vitamina B3
	Vitamina B5
	Vitamina B6
	Calcio
	Cobre
<b>Cardamomo</b>	Carbohidratos
	Grasas
	Proteínas
	Vitaminas
	Fibra
	Minerales
	Compuestos orgánicos
	Monoterpenos
<b>Agua Destilada</b>	Hidrógeno
	Oxígeno
<b>Azucar</b>	Hidrógeno
	Oxígeno
	Carbono

### 2.7 Ingredientes para la elaboración del bitter de naranja.

- **Alcohol Etilico:** Se puede considerar una sustancia psicoactiva de gran consumo a nivel mundial. Es un alcohol que presenta una presión estable y es incoloro, es decir transparente. De igual manera, es un líquido inflamable y con una temperatura de ebullición cercana a los 78 °C. (Salomon, s.f.).
- **Naranja:** En general existen dos variedades de naranja, las dulces y las amargas. Destacan sus diversos minerales y la vitamina C que contiene, misma que se debe consumir de inmediato puesto que es extremadamente sensible a perder esa característica. También dispone de propiedades anti – oxidantes (Zambrano, 2017).

- Canela: Es una especia aromática natural que se encuentra al interior del árbol de canelo y es cultivado en zonas tropicales. Tiene propiedades que ayudan al aparato digestivo y aumenta el apetito debido a su contenido de aceites esenciales (Regmurcia, 2018).
- Clavo de olor: Este producto se da en el árbol clavero, tiene la forma de un botón y un aroma bastante persuasivo, es por eso que el uso de este debe ser delicado, ya que una sobre dosis podría causar irritaciones y afectar al sistema nervioso por su alto contenido de aceites esenciales (Botanical, Botanical Online, 2019).
- Cardamomo: Una especia que se ha dado a conocer últimamente por su constante uso en diferentes lugares, la cuál sirve como un expectorante y ayuda a la salivación, halitosis, enfermedades respiratorias y también funciona como un antioxidante. De igual manera, las civilizaciones antiguas se curaban heridas como mordeduras de animales venenosos con esta especia (Botanical, Botanical Online, 2019).
- Agua Destilada: El agua destilada es un líquido inodoro, incoloro e insípido, que ha sido purificada o limpiada por medio de una destilación. Esta agua es la conveniente a utilizar porque no transmitirá sales minerales al bitter que normalmente son agregadas al agua potable (Portal Educativo, 2010).
- Azúcar: Se la conoce también como sacarosa, este producto es un disacárido, es decir que está compuesto por dos moléculas, una de fructosa y una molécula de glucosa o dextrosa.

## 2.8 Procedimiento de la elaboración del bitter de naranja

Existirán únicamente transformaciones químicas, porque las especias (cardamomo, clavo de olor y canela), junto con la naranja habrán soltado todas

sus propiedades organolépticas dentro del alcohol, aportando al producto con las mismas.

## 2.9 Equipo y Materiales

**Tabla 3** Equipo y Materiales

<b>Equipo/Material</b>	<b>Descripción</b>	<b>Uso</b>
Olla de cocina	Capacidad: 1 litro Acero inoxidable	Calentar agua para la infusión de las especias con la cáscara de naranja.
Balanza	Capacidad de 5Kg	Pesar de manera correspondiente cada ingrediente.
Colador de Tela	De poros muy pequeños para la retención de sedimentos.	Reducir los sedimentos en el producto.
Colador de Malla	Se requiere que sea más grande que el colador de tela.	Este servirá para retener al colador de tela.
Recipientes con Tapa	Capacidad: 1 L Puede ser plástico o de cristal.	Donde se almacenará el producto para su maceración.
Botellas de Cristal	Capacidad: 30ml Con dispensador o gotero.	Es donde se usará el producto y se realizará su presentación.

## 2.10 Receta estándar

Tabla 4 Receta Estándar

NOMBRE DEL PRODUCTO		Bitter a base de cáscara de naranja						
GÉNERO		Amargo para bebidas						
ELABORADO POR		Martien Tijssen						
PROFESOR		Sebastián Barros						
RENDIMIENTO		TOTAL: 800 ml			Porciones: 250			
FECHA DE ELABORACIÓN		03/03/2019						
1	2	3	4	5	6	7	8	
CANTIDAD AS PURCHASED	UNIDAD	INGREDIENTES	Peso Merma	% RENDIMIENTO (YIELD / EP EDIBLE PRODUCT)	CANTIDAD EP (listo para usar)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
como se compra	cada empresa			*(100%-4)	*=1*5	precio x unid	*=1*7	
0,18	kg	Cáscara de Naranja	0	0%	100,00%	0,180 \$ 6,67	\$ 1,20	
0,4	L	Vodka Finlandia	-		100,00%	0,400 \$ 12,45	\$ 4,98	
0,005	kg	Canela	-		100,00%	0,005 \$ 25,00	\$ 0,13	
0,005	kg	Cardamomo	-		100,00%	0,005 \$ 200,00	\$ 1,00	
0,003	kg	Clavo de olor	0		100,00%	0,003 \$ 3,30	\$ 0,01	
0,2	L	Agua	0	0%	100,00%	0,200 \$ -	\$ 0,00	
0,025	kg	Azúcar	-		100,00%	0,025 \$ -	\$ 0,00	
<b>COSTO TOTAL</b>						\$ 7,32		
<b>VIARIOS</b>						1% \$ 0,07		

## 2.11 Análisis de costo de receta estándar

Quienes tienen en su función un establecimiento de A&B, tienen en cuenta que el tema de la coctelería entra en un ámbito que conlleva creatividad y dedicación, debido a que cada cliente tiene un gusto distinto y cada bebida tiene que ser llamativa desde cierto punto de vista. Partiendo desde ese punto, el bitter facilita mucho la cuestión de barra; se puede crear un sabor distinto y con diferentes características con solo un par de gotas. Esto también puede generar un valor agregado al consumidor, porque hará que la bebida obtenga más características organolépticas. La elaboración del bitter depende de distintos productos, sin embargo, todos los productos son muy sencillos de encontrar en el país.

Con lo que respecta al desarrollo del producto a realizarse en este trabajo, se tiene un costo sumamente bajo de producción y es accesible para cualquier restaurante llevar a cabo diferentes bitters según su criterio. Se puede encontrar los diferentes ingredientes para la formulación de estos a través de los distintos proveedores antes mencionados y, cabe recalcar, que los mismos productos pueden ser encontrados en cualquier mercado cercano al establecimiento. Por otro lado, la compra de ciertas especias, como es el caso de cardamomo, es bastante costosa considerando que el kilo rodea los \$200, sin embargo, en almacenes y tiendas como las de “Cook – Insumos” Se puede comprar estos productos al peso ya que no se requieren de mucha cantidad por su alto contenido de aceites esenciales que aportan aroma y sabor a los bitters. Es así que, generando 800 ml de Bitter de cáscara de naranja, se invierte en total \$7.39, precio que parece alto, por este motivo se puede distribuir el líquido en dos frascos de 400 ml que tengan dispensador o gotero para su uso, en pocas cantidades, dependiendo de la rotación del establecimiento se agotará el producto en 2 meses y el costo de estas botellas será de \$0.80. Por este motivo, se considera que es un producto con un alto rendimiento y funcionalidad para el establecimiento, que puede aportar a cada bebida una distinta experiencia sensorial.

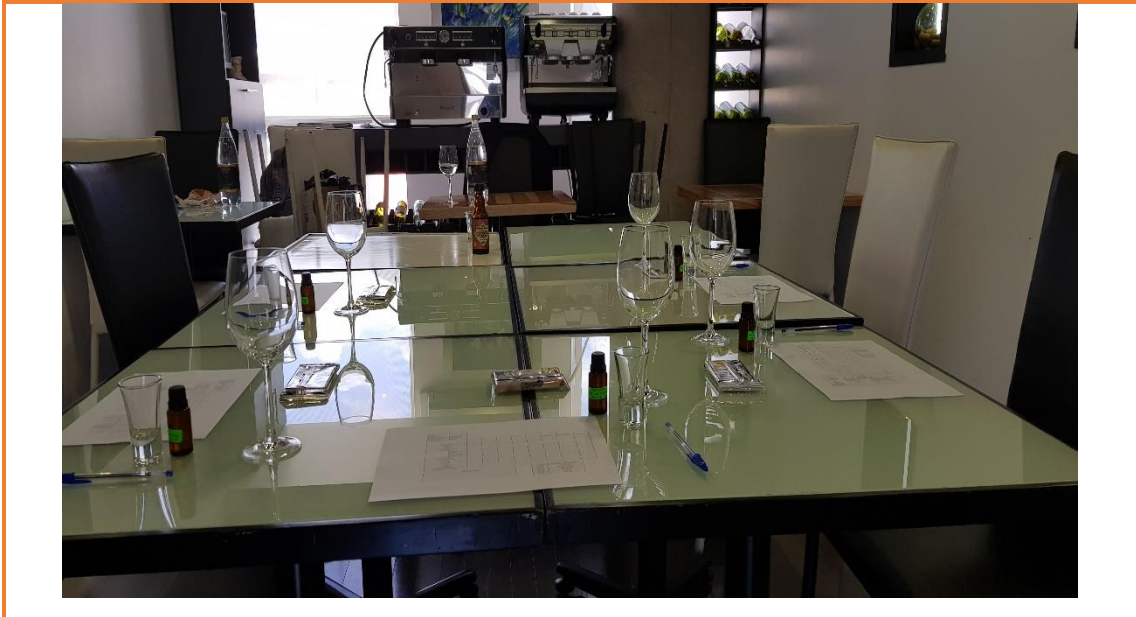
## 2.12 Creación del producto

Tabla 5 Creación del Producto

<p>1. Mise en place</p>  A photograph showing the preparation stage. On the left is a clear glass bottle of Finlandia vodka. To its right is a white plastic bowl containing sliced lemons and other ingredients. In the background, a box for a 'Kuchen' (cake) is visible.	<p>2. Maceración</p>  A close-up photograph of a white plastic bowl filled with sliced lemons and other ingredients, including what appears to be cinnamon sticks, being macerated.
<p>3. Colado por tela</p>  A photograph showing a green plastic strainer with a white mesh cloth placed over a white plastic bowl. A light-colored liquid is being strained through the cloth.	<p>4. Infusión</p>  A photograph of a stainless steel pot on a stove. The pot contains sliced lemons and other ingredients, and is covered with a glass lid. The brand name 'UMCO' is visible on the lid.
<p>5. Colado Final</p>  A photograph showing the final straining process. A green plastic strainer with a white mesh cloth is placed over a white plastic bowl. A small bottle of green liquid is visible in the background.	<p>6. Producto final</p>  A photograph of a white plastic bowl containing a clear, light-colored liquid, which is the final product.



## Cata



### 2.13 Validación

#### 2.13.1 Validación del producto

Dentro de la validación se tiene que tomar ciertos aspectos en cuenta, puesto que la misma proporcionará valor al producto que se realiza. A partir de una validación es decir, de una metodología inductiva por medio de un focus group, se logrará un acuerdo para la aprobación de tal producto y también se aportará sugerencias y opiniones sobre el mismo, de tal manera que lo que se está planteando hacer tenga un aporte, ya sea para una empresa de negocios o para una empresa de A&B. Los criterios a tomar en cuenta son las personas con las que se va a llevar a cabo la validación del producto, ya que estas deberán ser profesionales en el ámbito de Alimentos y Bebidas para que se logre un mejor entendimiento. Como consiguiente se encuentra la parte de evaluación, es decir, la cata, la cual tiene que ser clara y debe tomar con mayor conciencia a los aspectos del producto a resaltar (Serrano, 2015).

### 2.13.2 Focus Group

Para realizar la validación mediante focus group, se ha puesto especial atención en que los participantes cuenten con conocimiento sobre coctelería, puesto que el producto que se busca realizar tiene un concepto claro y es muy común verlo en bares. Por esta razón, se ha seleccionado a 5 docentes en gastronomía de La Universidad de las Américas, mismos que tienen conocimiento en servicio, cocina y en elaboración de productos. El rango de edad de los participantes oscila entre los 30 a 45 años. Se dispondrá de un espacio dentro de la universidad mencionada para la realización de esta cata, así logrando un punto de encuentro sencillo para los docentes.

### 2.13.3 Desarrollo de Reclutamiento

El reclutamiento de los participantes se puede relacionar a un reclutamiento de personal para una empresa, puesto que se lo realiza tras una segmentación de personas profesionales en este ámbito. Posteriormente, se envió una invitación por medio de una carta formal donde se especifica el lugar y la hora en la que se realizará la cata del producto. De esta forma, los participantes se darán un tiempo dentro de sus gestiones para realizar la validación de este producto.

### 2.13.4 Check list de Cata

En este punto se debe aclarar la ceremonia que se va a realizar al momento de la cata, esto se verificará desde la bienvenida hasta el momento de partida de los invitados. Se ha hecho un estimado de 20 minutos de cata; en primer lugar se recibirá a los catadores, se explicará de manera breve el concepto y la composición del producto, se procede a la cata y, por último, los catadores muestran un rápido “feedback” del producto. Esto se llevará a cabo el día 2 de

mayo del 2019, dirigido por Martien Tijssen estudiante de la facultad de gastronomía.

#### 2.14 Cata

Para que esta cata tenga un respaldo para los lectores, se implementará el uso de una hoja de cata que se puede considerar como un instrumento para determinar los aspectos más relevantes del producto y servirá como guía para mostrar los defectos que el producto podría tener.

La hoja de cata está compuesta por distintos componentes que ayudan a tener una idea clara de las fallas y las virtudes del producto, analizando las siguientes características del mismo: visuales, olfativas, gustativas y el equilibrio con el que cuente. Se utiliza una escala de 5 puntos, siendo 1 la deficiencia del producto y 5 que el producto es óptimo, estos valores serán multiplicados para determinar si las fortalezas del producto son las que resaltan y se llegará a una conclusión si es que el producto es: excelente, sobresaliente, muy bueno, bueno, regular o malo.

## 2.14.1 Hoja de cata

**Tabla 6** Hoja de Cata

Fecha:									
Nombre:									
Grado alcohólico:	26,67%V/V								
Tipo de bitter:	Naranja								
Cristalería:	Shot								
		1	2	3	4	5	Calificación	Multiplicación	Resultado
CATA VISUAL									
Limpieza									1
Color									2
CATA OLFATIVA									
Aromas:									
	Naranja								3
	Canela								1
	Clavo de olor								1
	Cardamomo								1
Intensidad									2
CATA GUSTATIVA									
Cuerpo									1
Amargor									2
Dulzor									2
Alcohol									1
CATA GENERAL									
Equilibrio de sabores									3
Observaciones					ESCALA ORIENTADA A PUNTACIÓN				
					81-100	Excelente			
					61-80	Sobre saliente			
					41-60	Muy Bueno			
					21-40	Bueno			
					0-20	Regular			

## 2.15 Resultados de Cata

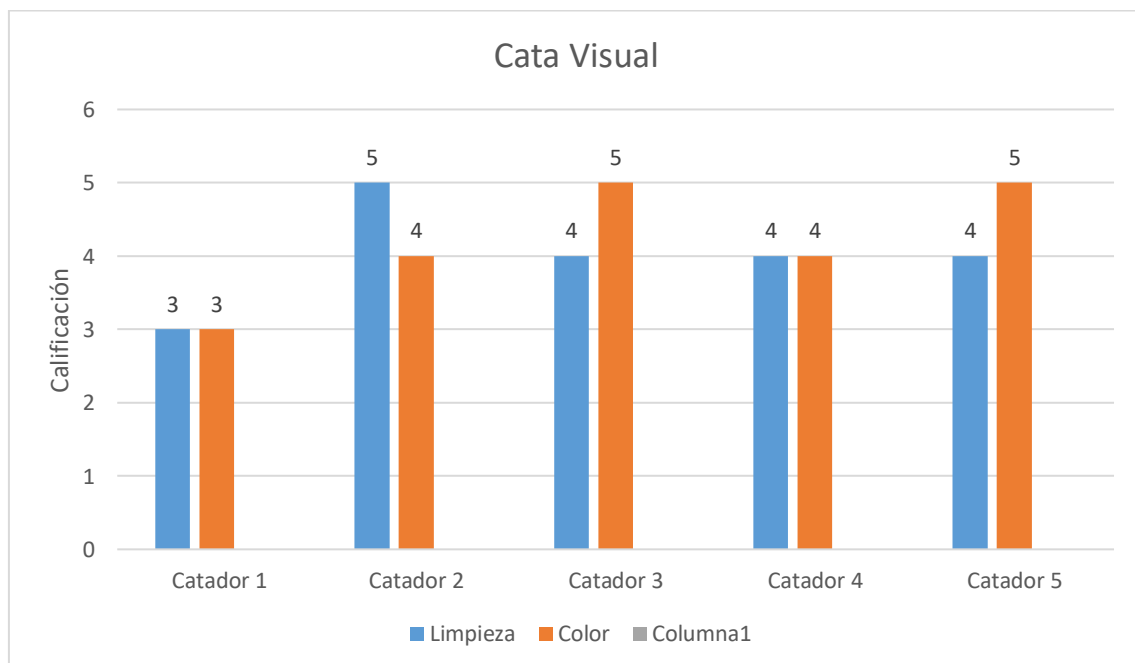
En la cata se busca optimizar el producto, es por eso que se lleva a cabo un análisis por parte de expertos en el tema para que este se encuentre en situaciones óptimas para su consumo. Partiendo de eso, de la cata realizada el

día 2 de mayo del 2019 se realiza una tabulación para determinar los aspectos más relevantes y los aspectos que necesitan un cambio.

### 2.15.1 Cata Visual

Dentro de la Cata visual del producto se fija en 2 características, estas son la limpieza del producto y el color, donde se ha tomado en cuenta como aspecto más relevante el color, mismo que tiene que ser amarillo – anaranjado, representando así la naranja en el mismo.

En la figura 1 de Cata visual se observa que hay una aceptación tanto por el color como en la limpieza considerando que es un producto “artesanal” por así decirlo, los sedimentos son presentes aún con el filtrado, siendo este el asunto su calificación en promedio es de 82% dando un resultado favorable en el color y en la limpieza del producto.

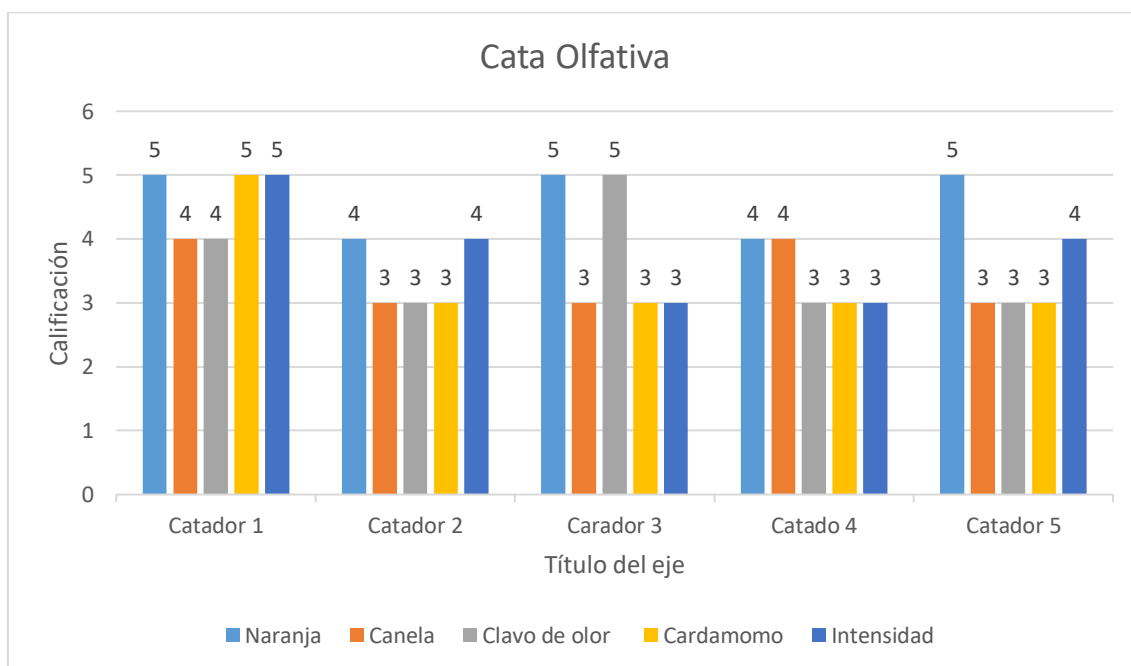


**Figura 1** Cata Visual

### 2.15.2 Cata Olfativa

Para la cata olfativa se han tomado en cuenta los factores aromáticos del producto, mismo que debe tener las cualidades de un bitter industrial, es decir, muy aromático; aunque este no haya sido destilado debe mantener ciertos aromas que lo distinguen, es por eso que se ha tomado a considerar el factor aromático y la intensidad del producto.

Dentro de la cata olfativa, se observa que hay un total agrado con el aroma de la naranja, misma que es bastante preponderante ante las especias, por otro lado se puede observar que en el punto de intensidad, el producto tiene una alta calificación, aspecto que se puede tomar como positivo conforme a lo que se busca en el producto.



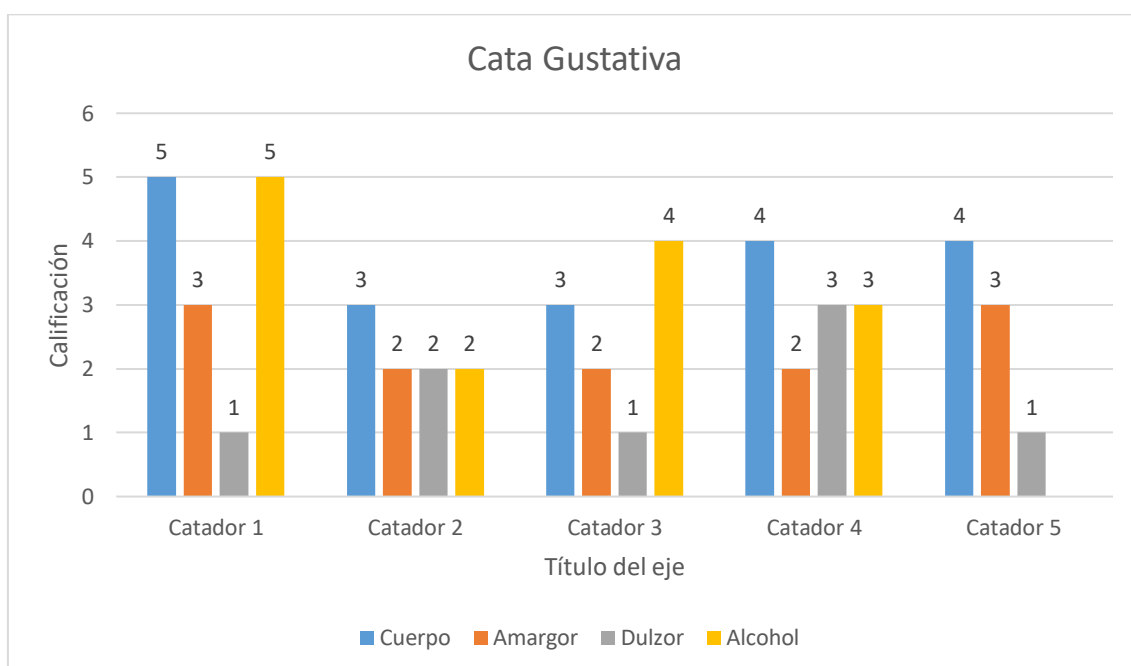
**Figura 2** Cata Olfativa

### 2.15.3 Cata Gustativa

En lo que conlleva a la parte gustativa, lo que más resalta de un bitter es su bajo dulzor y su potencia de amargor, dentro de esto se toma en cuenta los aspectos de cuerpo, amargor, dulzor y alcohol. Se busca una relevancia en la

parte amarga y en el alcohol, mismo que ayuda a que el producto sea amargo en cierto punto.

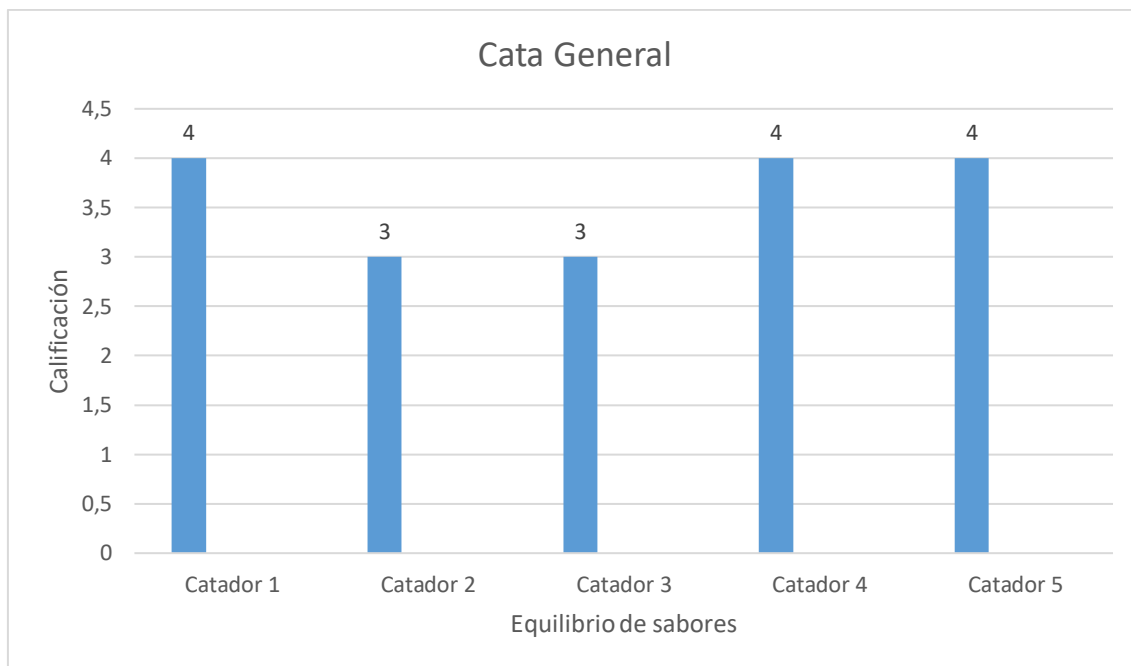
En esta parte de la cata existió una crítica muy cierta por parte de los degustadores, misma que se enfocó en la parte dulce, si bien un bitter tiene que ser amargo, el producto estaba demasiado dulce y esto escondió las características amargas y alcohólicas. Por otro lado, el producto presentó gusto por los degustadores por lo que mantuvo la intensidad de sabor en boca, no fue algo efímero como tomar un destilado cualquiera.



**Figura 3** Cata Gustativa

#### 2.15.4 Cata General

Por último se tuvo la cata general, que se enfocaba a dar un “feedback” de la experiencia de este producto, medir el equilibrio que tiene esta. Los degustadores en este punto se ven comprometidos en evaluar la totalidad del producto siendo esta cata uno de los aspectos más importantes. Se ha puntuado el producto con una calificación máxima de 4, dejando así claro que el producto es aceptado por parte de los expertos.

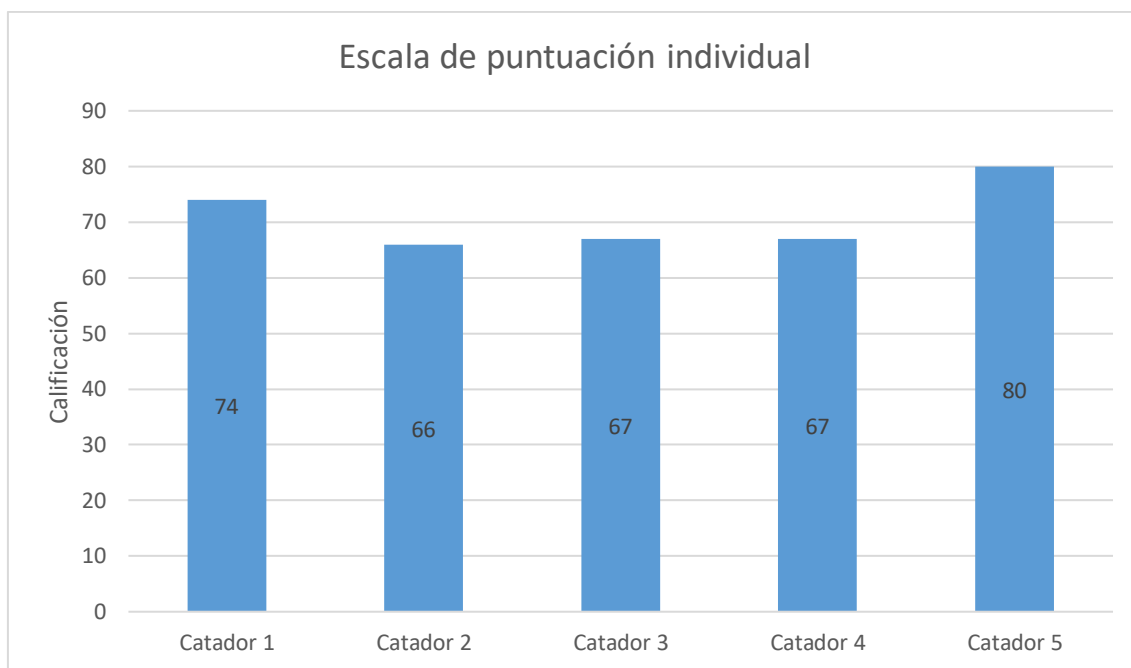


**Figura 4** Cata General

#### 2.15.5 Puntuación Individual

En este punto se arrojarán los resultados individuales de cada degustador, considerando cada observación que se hizo, se llega a considerar que el producto es sobre saliente, donde se llega a la conclusión de eliminar el azúcar del mismo, debido a que fue muy corrosivo en la bebida y no aportó a que el producto sea óptimo para los degustadores.





**Figura 5** Escala de Puntuación Individual

### **CAPITULO III**

#### **3 Manual de procesos para la elaboración del bitter a base de cáscara de naranja.**

##### **3.1 Objetivos**

###### **3.1.1 Objetivo general**

Crear una guía para bares y restaurantes sobre la elaboración de bitter a base de cáscara de naranja.


###### **3.1.2 Objetivos específicos**

- Mostar la receta estándar final del producto.
- Detallar las aplicaciones del producto.

- Especificar mediante las normativas del país a qué se tienen que relacionar los bitters para que se tenga un concepto claro de los parámetros para realizarlo.
- Detallar mediante un diagrama de flujo el proceso que este producto necesita para llevarse a cabo su elaboración.

### 3.2 Receta estándar fina

**Tabla 7** Receta estándar Final

NOMBRE DEL PRODUCTO		Bitter a base de cáscara de naranja						
GÉNERO		Amargo para bebidas						
ELABORADO POR		Martien Tijssen						
PROFESOR		Sebastián Barros						
RENDIMIENTO		TOTAL: 800 ml			Porciones: 250			
FECHA DE ELABORACIÓN		03/03/2019						
1	2	3	4	5	6	7	8	
CANTIDAD AS PURCHASED	UNIDAD	INGREDIENTES	Merma (peso o bala)	% RENDIMIENTO (YIELD / EP EDIBLE PRODUCT)	CANTIDAD EP (listo para usar)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
como se compra	cada empresa		Peso Merma	bala	*={100%-4}	*=1*5	precio x unid	*=1*7
0,18	kg	Cáscara de Naranja	0	0%	100,00%	0,180	\$ 6,67	\$ 1,20
0,4	L	Vodka Finlandia	-		100,00%	0,400	\$ 12,45	\$ 4,98
0,005	kg	Canela	-		100,00%	0,005	\$ 25,00	\$ 0,13
0,005	kg	Cardamomo	-		100,00%	0,005	\$ 200,00	\$ 1,00
0,003	kg	Clavo de olor	0		100,00%	0,003	\$ 3,30	\$ 0,01
0,2	L	Agua	0	0%	100,00%	0,200	\$ -	\$ 0,00
0,025	kg	Azúcar	-		100,00%	0,025	\$ -	\$ 0,00
<b>COSTO TOTAL</b>						\$ 7,32		
<b>VARIOS</b>						1%		\$ 0,07
<b>TOTAL</b>						\$ 7,39		
		1. Colocar las cáscaras de naranja con las especias en un recipiente sellable.						
		2. Vertir el vodka de manera que cubra todos los ingredientes y dejar reposar 3 semanas.						
		3. Colar el líquido por un filtro de papel y reservar el líquido en una botella de 1Lt.						
		4. Los sólidos poner a hervir por 10 minutos en una olla tapada y dejar enfriar.						
		5. Conservar el hervido con los sólidos en un recipiente por 1 semana.						
		6. Filtrar los dos líquidos por un papel filtro.						
		7. Juntar ambos líquidos y colocar el azúcar y reposar por 3 días.						
		8. Poner el bitter en dispensadores para su uso.						

### 3.3 Aplicaciones

Entorno a las barras, este tipo de productos se ha convertido en algo muy versátil. Los bitters, aparte de brindar distintos aromas, se convierten en agentes saborizantes de las bebidas, brindando una experiencia sensorial distinta en cada bebida, como es el ejemplo de un Old Fashioned o un agua con gas.

Este producto está pensado para una barra que se especializa en coctelería clásica o quiere improvisar en los nuevos aspectos de la coctelería, sin embargo, puede ser empleado en otras bebidas o comidas, como puede ser el caso de bebidas soft, como se explicó anteriormente, este producto contiene alcohol, pero al ser usado en cantidades mínimas por su potente aroma y sabor, no se hará notorio al momento de probar la bebida. Dentro de la coctelería clásica, se puede realizar: Old Fashioned, Rob Roy, Manhattan, Negroni, Papers Plane, etc. Sin embargo, es necesario improvisar al momento de formular una carta de bebidas, por lo que este bitter recomiendo usar en cocteles amargos y también puede ser utilizado con espirituosos como: vodka, bourbon, ron, whisky y gin.

Un ejemplo puede ser:

2oz. Ron (marca a preferencia).

0.5oz. Limón meyer.

0.5oz. Almíbar (1.75 azúcar a 1 de agua).

4 dash. Bitter de cáscara de naranja.

Por otro lado, los bitters han sido bien vistos por parte de la cocina, al igual que en las bebidas ayudan a brindar sabor a diferentes platos. Es así que con la ayuda del bitter a base de cáscara de naranja se puede dar sabor a carnes asadas, sopas, ensaladas de fruta, ensaladas normales, etc. Si bien los bitters

fueron creados con un objetivo medicinal, ahora es cosa de creatividad lo que decide qué pueden estos realizar.

### 3.4 Procedimientos

Al momento de realizar cualquier producto es necesario tomar en cuenta la calidad de los insumos con los que se planea trabajar en su proceso, estos serán los agentes que se encarguen de brindar todos los factores organolépticos al producto. Se debe recordar que el bitter tiene que ser fuerte en aroma y fuerte en sabor, conservando así sus características principales.

**Tabla 8** Procedimientos

	Fecha de elaboración: Marzo – Mayo 2019			
<b>Actividad</b>	27 de marzo	19 de abril	27 de abril	30 de abril
Primera maceración	■			
Maceración y hervido		■		
Reposo con azúcar			■	
Envasado				■

#### 3.4.1 Procedimientos

- Primera maceración

1. Recepción de materia prima
2. Revisar que la materia se encuentra en un estado óptimo para que su manipulación sea la correcta.
3. Organizar los ingredientes en un recipiente de manera que el vodka pueda cubrirlos. Se procede a cubrir y dejar reposar en un lugar seco y sin luz solar.

- Hervido y colado

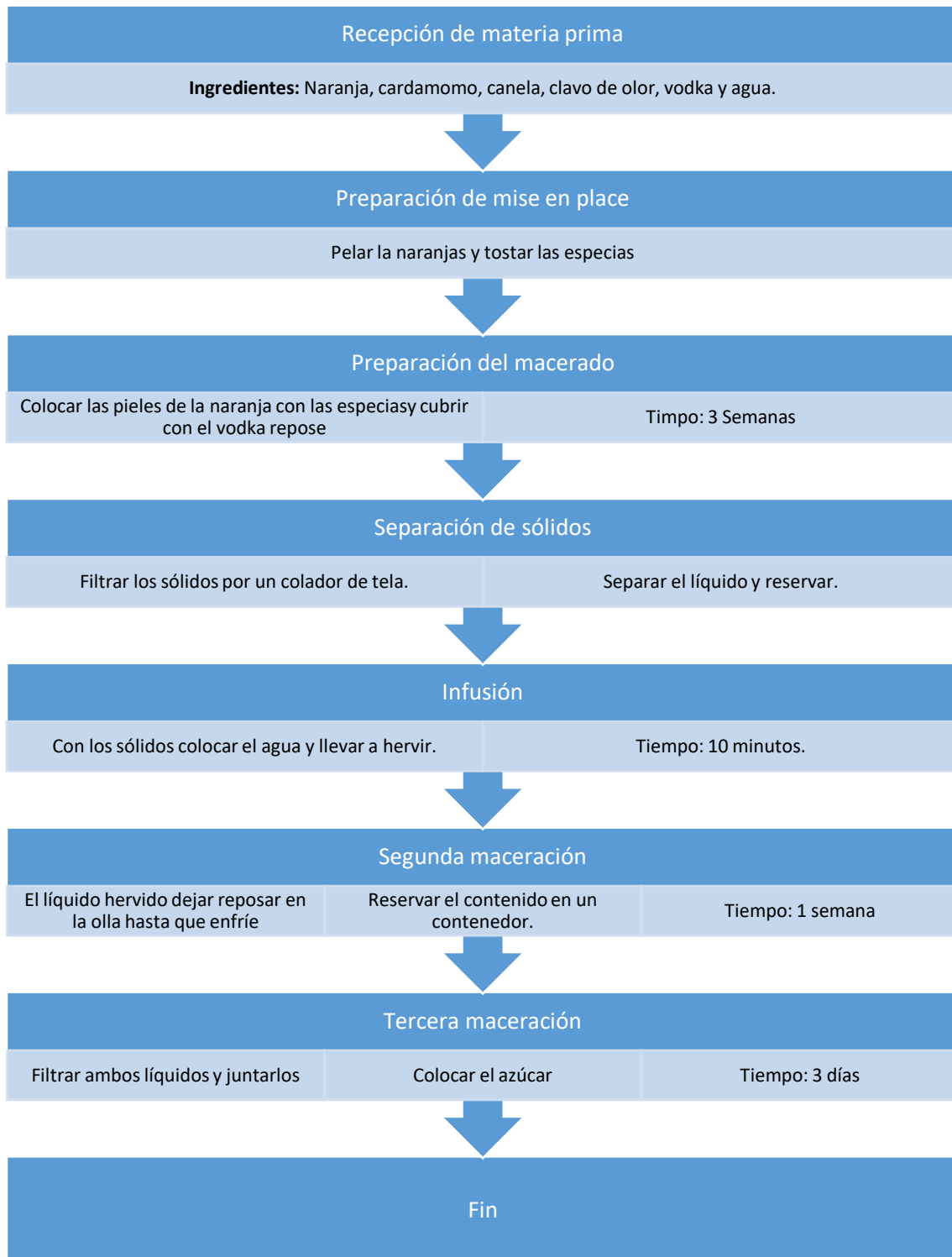
1. Utilizar agua filtrada o destilada, de manera que no afecte al producto en ningún aspecto.
2. Se debe colar la primera maceración, es decir, los ingredientes sólidos con el agua para llevar a hervir, tapado por 10 minutos, para dejarlo enfriar para evitar el desperdicio y la evaporación del agua.
3. Colocar este líquido en un recipiente con los ingredientes y dejar reposar por 1 semana.

- Reposo con azúcar

1. En este punto ambos líquidos macerados estarán con el sabor y el aroma de todos los ingredientes, por lo que se necesitará filtrarlo por medio de filtros de papel.
2. Se juntan ambos líquidos y se coloca el azúcar para que esta se disuelva en el transcurso de 3 días.

### 3.5 Diagrama de flujo

Elaboración de bitter a base de cáscara de naranja



**Figura 6** Flujograma

## CAPÍTULO V

### 4 Conclusiones y recomendaciones

#### 4.2 Conclusiones

- Ecuador se ha visto desahuciado en ciertos aspectos de la coctelería, como es el caso de la alza de los precios en el 2015, la hora zanahoria impuesta en el 2010 y por último que no exista un registro de bares o un registro histórico de bebidas del país. Por otro lado, se dio un respiro al país con la apertura de Chosen Bar en 2015, mismo que desde un inicio empezó con el uso de bitters, explicando estos a sus clientes y como hacen distinta a su bebida, con ello ha logrado mostrar a cada cliente otro tipo de coctelería y lleva a los demás bares a seguir una corriente para ir adaptando sus establecimientos a clientes más exigentes.
  
- Un factor positivo es que el 36% de las personas son consumidores de alcohol en bares y discotecas, lo que serviría como una gran fortaleza a aquellos emprendedores que se dediquen a crear diferentes perfiles de bebidas con el apoyo de bitter, de manera que esta guía funcione como una herramienta de apoyo para la creación de distintos estilos de bitter y que cada establecimiento de A&B pueda ser creador de bebidas de perfiles distintos.
  
- Los bitters en general, han sido utilizado en diferentes momentos para dos distintas finalidades, una fue para curar malestares estomacales y su utilización final fue para crear cocteles y comida con distintos toques según el bitter que se utilice. El bitter a base de cáscara de naranja, se considera una base dentro de la coctelería clásica y con la ayuda de las

nuevas corrientes y tendencias este bitter se ha llevado el protagonismo en diferentes cocteles.

- Hay que tomar en cuenta que el costo de producción es un punto clave antes de tomar una decisión en una empresa, es por eso que al realizar este bitter lo primero a tomar en cuenta es el precio que este refleja con un total de \$7.39, mismo que se puede considerar bajo para el rendimiento del producto, mismo que se especifica en la receta estándar que será de 250 porciones, es decir, será útil para la realización de ese número de bebidas ya sean alcohólicas o soft.

#### 4.3 Recomendaciones

- Los bitters por sus características aromáticas como amargas, es indispensable el uso de especias, mismas que darán carácter a este licor, es necesario tomar en cuenta el azúcar que se añadirá, puesto que el nivel alcohólico es bajo y esta podría opacar los sabores que se requieran.
- Un ambiente seco y sin luz será esencial al momento de realizar el bitter, esto afectaría el resultado final del producto, de esta forma obteniendo un bitter demasiado bajo en alcohol y con ausencia de aroma.
- Innovar es un punto muy clave al momento de realizar bitters. Si bien esta es una guía de bitter a base de cáscara de naranja, servirá de ejemplo para la realización de bitters a base de distintos productos, como un ejemplo es el café o el cacao.
- Dentro de un mercado competitivo de A&B que está teniendo el país, una barra con sabores distintos puede captar la atención de varios clientes, por lo que es fundamental empezar a probar sabores con bitter, mismos que sirven para equilibrar la bebida, como se menciona anteriormente, estos son como la sal y la pimienta de la barra.



- Un punto muy importante es llegar a diferenciar una tendencia de una corriente, si bien la coctelería se está poniendo de moda en el país, es necesario revisar como gerente de un bar o restaurante, o como un bar manager, qué es lo que se está tomando en cuenta, puesto que al igual que en la cocina es pasar de lo clásico a lo moderno según la demanda.

## REFERENCIAS

- 50Best. (2018). *50 Best Bars*. Obtenido de 50 Best Bars:  
<https://www.worlds50bestbars.com/fifty-best-bars-list-2018/?ist=1>
- Angostura. (2019). *Angostura Bitters*. Obtenido de Angostura Bitters:  
<http://angosturabitters.com/>
- anónimo. (21 de Diciembre de 2018). *Mejor naranja*. Obtenido de Mejor naranja: <https://www.lamejornaranja.com/blog/cual-es-el-origen-de-la-naranja/>
- Barreno, J. (26 de junio de 2015). Ecuador, una coctelería en creación. (E. Comercio, Entrevistador)
- BCE. (30 de junio de 2017). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/975-producto-interno-bruto-2>
- Berdecia, R. (25 de marzo de 2019). Bitter. (M. Tijssen, Entrevistador)
- Botanical. (28 de marzo de 2019). *Botanical Online*. Obtenido de Botanical Online: <https://www.botanical-online.com/plantas-medicinales/clavo-olor-propiedades-caracteristicas>
- Botanical. (19 de marzo de 2019). *Botanical Online*. Obtenido de Botanical Online: <https://www.botanical-online.com/plantas-medicinales/cardamomo-propiedades>
- Castro, N. (25 de Marzo de 2019). Bitters. (M. Tijssen, Entrevistador)
- Cedatos. (2018). *Cedatos*. Obtenido de Cedatos:  
[http://www.cedatos.com.ec/detalles\\_noticia.php?Id=208](http://www.cedatos.com.ec/detalles_noticia.php?Id=208)
- Comercio, E. (25 de Junio de 2011). La naranja está en temporada. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Dietsch, M. (2011). *Cocktail 101*. Obtenido de Cocktail 101:  
<https://drinks.seriousseats.com/2011/04/cocktail-101-orange-bitters-fees-regans-bitter-truth-angostura-orange-difference.html>
- INEC. (agosto de 2012). *Info economía* . Obtenido de Info economía:  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoeconomia/infoe.pdf>
- INEC. (2012). *Instituto nacional de estadística y censos*. Obtenido de Instituto nacional de estadística y censos:  
[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Nac\\_Ingresos\\_Gastos\\_Hogares\\_Urb\\_Rur\\_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf)

- Jácome, E. (2014). *El Comercio*. Obtenido de El Comercio:  
<https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/diversion-nocturna-se-descentraliza.html>
- Juárez, E. (3 de Enero de 2019). *Excelencias Gourmet*. Obtenido de Excelencias Gourmet:  
<https://www.excelenciasgourmet.com/es/entrevistas/el-despertar-de-la-cocteleria-en-latinoamerica>
- Kamholz, R. (7 de Octubre de 2014). *kitchnn*. Obtenido de kitchnn:  
<https://www.thekitchn.com/orange-bitters-an-introduction-the-9bottle-bar-211246>
- Mercola, D. (11 de Enero de 2016). *Mercola*. Obtenido de Mercola:  
<https://articles.mercola.com/sites/articles/archive/2016/01/11/orange-peel.aspx>
- MetroEcuador. (16 de Noviembre de 2017). *Metro Ecuador*. Obtenido de Metro Ecuador: <https://www.metroecuador.com.ec/ec/estilo-vida/2017/11/16/alcohol-ecuador.html>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2013). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/mas-de-mil-establecimientos-de-alimentos-y-bebidas-registrados-al-2013/>
- Naula, S. (26 de Marzo de 2019). Bitter. (M. Tijssen, Entrevistador)
- Oña, A. (20 de abril de 2019). Chosen Bar. (M. Tijssen, Entrevistador)
- Palumbo, P. (s.f.). *Buenos Bares*. Obtenido de Buenos Bares:  
<http://www.buenosbares.com/pablo-sebastian-palmer-mixologia-sin-limites/>
- Parsons, B. (2011). Using Bitters. En B. Prsons, *Bitters* (págs. 72-73). Nueva York: Crown Publishing Group.
- Portal Educativo. (18 de Octubre de 2010). *Portal Educativo*. Obtenido de Portal Educativo: <https://www.portaleducativo.net/segundo-basico/761/Caracteristicas-fisicas-del-agua>
- Rausa, J. (7 de Julio de 2016). *What Are Bitters and How Should I Use Them?* Obtenido de What Are Bitters and How Should I Use Them?:  
<https://www.epicurious.com/ingredients/what-are-bitters-and-how-to-use-them-cocktails-article>
- Regan, G. (2011). *Regan's Orange bitter No. 6*. Obtenido de <http://www.gazregan.com/regans-orange-bitters-no-6/>
- Regmurcia. (2018). *Regmurcia*. Obtenido de Regmurcia:  
[http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,543,m,2719&r=ReP-20558-DETALLE\\_REPORTAJESPADRE](http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,543,m,2719&r=ReP-20558-DETALLE_REPORTAJESPADRE)

- Ricket, E., & Thomas, C. (1872). *The Gentleman's Table Guide*. En Ricket, & Thomas, *The Gentleman's Table Guide* (pág. 35). London: Wellcome Library.
- Salomon, R. (s.f.). *Etanol Combustible Alternativo*. Obtenido de <http://www.cubasolar.cu/biblioteca/energia/Energia29/HTML/articulo07.htm>
- Serrano, L. (junio de 2015). *SUPERHABITOS*. Obtenido de SUPERHABITOS: <https://superhabitos.com/validar-lecciones-taller>
- WorldTravelAwards. (1 de Diciembre de 2018). *World Travel Awards*. Obtenido de World Travel Awards: <https://www.worldtravelawards.com/award-worlds-leading-culinary-destination-2018>
- Zambrano, D. (Octubre de 2017). *Paradais Sphynx*. Obtenido de Paradais Sphynx: <https://naturaleza.paradais-sphynx.com/plantas/tipos-de-frutas/naranja-tipos-beneficios-naranja-arbol.htm>
- Alcademics. (15 de Marzo de 2011). *Alcademics*. Obtenido de Alcademics: <https://www.alcademics.com/2011/03/the-history-and-production-of-angostura-bitters.html>
- Boudreau, J. (1 de noviembre de 2011). *Youtube*. Obtenido de Small Screen Drinks: <https://www.youtube.com/watch?v=7glZ5S8iFYE>
- Graham, C. (06 de Abril de 2018). *the spruce eats*. Obtenido de the spruce eats: <https://www.thespruceeats.com/understanding-cocktail-bitters-760714>
- INEN. (1996). *INEN*. Obtenido de INEN: [http://apps.normalizacion.gob.ec/filesserver/2018/nte\\_inen\\_338-4.pdf](http://apps.normalizacion.gob.ec/filesserver/2018/nte_inen_338-4.pdf)
- Kamholz, R. (25 de Noviembre de 2014). *Kitchn*. Obtenido de Kitchn: <https://www.thekitchn.com/peychauds-bitters-a-new-orleans-take-on-aromatic-bitters-the-9bottle-bar-213334>
- MERCOSUR. (agosto de 2015). *subgrupo de trabajo N° 3 "reglamentos técnicos y evaluación de la conformidad"*. Obtenido de [http://www.anmat.gov.ar/webanmat/mercosur/alimentos/acta\\_alimentos03-15/lvi\\_ca\\_03-15\\_a07\\_RES.\\_GMC\\_N%C2%BA\\_77\\_94\\_Def\\_Bebidas\\_Alco%C3%B3licas.pdf](http://www.anmat.gov.ar/webanmat/mercosur/alimentos/acta_alimentos03-15/lvi_ca_03-15_a07_RES._GMC_N%C2%BA_77_94_Def_Bebidas_Alco%C3%B3licas.pdf)
- Page, K., & Dornenburg, A. (2008). *The Flavor bible*. Nueva York: Hachette Book Company U.S.A.
- Parson, B. T. (2011). *Bitters*. Nueva York: Library of Congress Cataloging.
- Rathbun, A. J. (Septiembre de 2011). *Spiked Punch*. Obtenido de Spiked Punch: <http://www.ajrathbun.com/blog/tag/bitters/>

Repsitory, T. B. (2004). *The museum od the american cocktail*. Obtenido de The museum od the american cocktail:  
<http://www.kingcocktail.com/motac/museum/TheBalance.html>

Vinyes, D. F. (26 de Octubre de 2017). *La Caja de Pandora*. Obtenido de La Caja de Pandora: <https://www.lacajadepandora.eu/2017/10/amargor-saludable-porque-nos-atrae-el-dulce-y-rechazamos-los-sabores-amargos-conferencia-del-dr-frederic-vinyes/>

Wondrich, D. (10 de Mayo de 2017). *31 Dover*. Obtenido de 31 Dover:  
<https://www.31dover.com/blog/the-history-of-the-cocktail>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Obtenido de [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)

Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2018). *INEN*. Obtenido de INEN:  
<http://www.normalizacion.gob.ec/>

Hincapié, S. (28 de enero de 2014). Investigación. Obtenido de Métodos, tipos y enfoques de investigación:  
<http://sanjahingu.blogspot.com/2014/01/metodos-tipos-y-enfoquesde.html>

## **ANEXOS**

## Anexo 1 Encuestas

Nicolás Castro

1. ¿Qué es un bitter para ti? \*

Es una bebida alcoholica con intensidad de sabor y aroma que se puede elaborar con diferentes procesos y se usa en pequeñas cantidades.

2. ¿Qué importancia tienen los bitters en la barra? \*

Mucha. Equivalen a los condimentos de un cocinero.

3. ¿Qué marcas son las más utilizadas en tu bar? \*

Angostura, Peychauds, Palmer, Fee Brothers, Bittermens, Reagan's

4. ¿Realizas tus propios bitter?

Si, aunque no con frecuencia. Solo cuando busco un sabor o aroma específico.

5. ¿Qué tan fácil es encontrar bitters en el país donde te encuentras? \*

No es fácil. La mayoría los consigo en el exterior. (Perú)

6. ¿Haces conocer a tus clientes cuando realizas un cocktail con bitter?

Siempre. Necesito que sepan que es lo que van a beber y porqué.

7. ¿Sientes que los bitter dan un "plus" a tu barra?

Siendo mi colección la más grande de Sudamérica, sin duda es un valor agregado súper importante.

8. ¿Crees que los bitter se han vuelto esenciales en una barra?

Sí

No

Otro:

9. Siendo bartender ¿qué función cumplen los bitters en tu barra? ¿Cómo los describirías?

Su función es otorgarme diferentes perfiles a un mismo Cocktail. Es increíble como dos gotas, un dash o un splash pueden cambiar tanto a una receta idéntica.

10. ¿Prefieres realizar tus propios bitters o prefieres comprar alguna marca conocida?

Prefiero comprarlos. Los de Bitter Palmer son de lo mejor que he probado y utilizado.

1. Santiago Naula

1. ¿Qué es un bitter para ti? \*

Bebida de base alcohólica, amarga con sabor y aroma muy concentrada y puede ser de diferentes perfiles. Ahora existe una oleada de Bitters en formato refrescos con y sin alcohol, pero desde un punto de vista conceptual es el la primera definición.

2. ¿Qué importancia tienen los bitters en la barra? \*

Para mi punto de vista tiene gran importancia. Ayuda a dar matices al cóctel, cierra o intensifica aromas y sabores a las bebidas. (Depende lo que busques)

3. ¿Qué marcas son las más utilizadas en tu bar? \*

Campari, Martini, Angostura, Scrappy's, Truth, Peychaud's, Kas, Fee Brother's.

4. ¿Realizas tus propios bitter?

Sí

5. ¿Qué tan fácil es encontrar bitters en el país donde te encuentras? \*



Bastante fácil. (España)

6. ¿Haces conocer a tus clientes cuando realizas un cocktail con bitter?

Sí, sobre todo si está en la barra usualmente preguntan que son las "gotas"

7. ¿Sientes que los bitter dan un "plus" a tu barra?

Más que un Plus creo que es un buen recurso para el Bartender que evidentemente se reflejan en el producto final.

8. ¿Crees que los bitter se han vuelto esenciales en una barra?

Sí

No

Otro: Tanto como esenciales no, pero si un gran recurso.

9. Siendo bartender ¿qué función cumplen los bitters en tu barra? ¿Cómo los describirías?

Ver respuesta de la importancia de los Bitters.

10. ¿Prefieres realizar tus propios bitters o prefieres comprar alguna marca conocida?

Realizo mis propios Bitters cuando quiero hacer un perfil o sabor particular. Sin embargo aprovecho las gamas de sabores que tienen las marcas con el objetivo de optimizar tiempo/dinero.

2. Carlos Gaitán

1. ¿Qué es un bitter para ti? \*

Es Un componente muy importante de la coctelería tan importante como la sal para la gastronomía.

2. ¿Qué importancia tienen los bitters en la barra? \*

Es un componente que acentúa sabores, resalta atributos, puede llevar una bebida normal a niveles diferentes.

3. ¿Qué marcas son las más utilizadas en tu bar? \*

Angostura

4. ¿Realizas tus propios bitter?

Si

5. ¿Qué tan fácil es encontrar bitters en el país donde te encuentras? \*

Es muy difícil no hay ninguna marca todos se compran vía Amazon o en cada viaje me traigo la maleta llena. (Colombia)

6. ¿Haces conocer a tus clientes cuando realizas un cocktail con bitter?

No necesariamente, más bien es un elemento que utilizo para que mi sabor y mi personalidad de coctelería sea diferente.

7. ¿Sientes que los bitter dan un “plus” a tu barra?

Por supuesto que si y si se logran en casa buenos resultados es aún mejor.

8. ¿Crees que los bitter se han vuelto esenciales en una barra?

Sí

No

Otro: Creo que son esenciales en el momento en el que descubres su versatilidad, en el momento que se aprende a hacerlos y a utilizarlos correctamente

9. Siendo bartender ¿qué función cumplen los bitters en tu barra? ¿Cómo los describirías?

En mi barra los bitters son mi condimento fundamental, son una expresión, me gusta mucho experimentar con diferentes perfiles de sabor.

10. ¿Prefieres realizar tus propios bitters o prefieres comprar alguna marca conocida?

Con los bitters hechos en casa logro cosas que normalmente no consigo en los comerciales, pero también los comerciales tienen aportes muy valiosos.

3. Roberto Berdecia

1. ¿Qué es un bitter para ti? \*

Es un extracto mezclado y con una base de especias que resulta amargo utilizado para balancear sabores

2. ¿Qué importancia tienen los bitters en la barra? \*

Es igual de importante que tener espíritus, lima fresca, etc

3. ¿Qué marcas son las más utilizadas en tu bar? \*

Angostura, Bittermens

4. ¿Realizas tus propios bitter?

Si

5. ¿Qué tan fácil es encontrar bitters en el país donde te encuentras? \*

Tenemos poca variedad (Costa Rica)

6. ¿Haces conocer a tus clientes cuando realizas un cocktail con bitter?

No necesariamente

7. ¿Sientes que los bitter dan un “plus” a tu barra?

No es un plus es una necesidad

8. ¿Crees que los bitter se han vuelto esenciales en una barra?

Sí

No

Otro:

9. Siendo bartender ¿qué función cumplen los bitters en tu barra? ¿Cómo los describirías?

Balacear sabores

10. ¿Prefieres realizar tus propios bitters o prefieres comprar alguna marca conocida?

Cada uno tiene su necesidad

4. Andrés Damerval

1. ¿Qué es un bitter para ti? \*

Es una herramienta esencial en la vida de un bartender, es un ingrediente que parece escondido pero esta presente y como con tan poco puede resaltar

2. ¿Qué importancia tienen los bitters en la barra? \*

Mucha sirve tanto para cocteles clásicos y como más experimentales le dan una capa más de complejidad a lo que quieras lograr

3. ¿Qué marcas son las más utilizadas en tu bar? \*

Angostura, peychauds y marcas nacionales (bitter palmer)

4. ¿Realizas tus propios bitter?

No

5. ¿Qué tan fácil es encontrar bitters en el país donde te encuentras? \*

Se consigue poca variedad (Argentina)

6. ¿Haces conocer a tus clientes cuando realizas un cocktail con bitter?

Si

7. ¿Sientes que los bitter dan un “plus” a tu barra?

Si

8. ¿Crees que los bitter se han vuelto esenciales en una barra?

Sí

No

Otro:

9. Siendo bartender ¿qué función cumplen los bitters en tu barra? ¿Cómo los describirías?

Bitter cumple la función de remarcar un sabor o contrarrestar otros, a terminar darle balance al cóctel

10. ¿Prefieres realizar tus propios bitters o prefieres comprar alguna marca conocida?

Comprar

5. Miguel Ángel Martínez

1. ¿Qué es un bitter para ti? \*

Una mezcla de alcohol, botánicos, especias o frutas maceradas que luego en pequeñas o grandes cantidades complementan a un cóctel

2. ¿Qué importancia tienen los bitters en la barra? \*

Es la sal y la pimienta de la barra Potencializa aromas y sabores

3. ¿Qué marcas son las más utilizadas en tu bar? \*

Angostura bitter Pechauds bitter Fee brothers bitter

4. ¿Realizas tus propios bitter?

Si

5. ¿Qué tan fácil es encontrar bitters en el país donde te encuentras? \*

Bastante fácil (México)

6. ¿Haces conocer a tus clientes cuando realizas un cocktail con bitter?

Totalmente

7. ¿Sientes que los bitter dan un “plus” a tu barra?

Siempre

8. ¿Crees que los bitter se han vuelto esenciales en una barra?

Sí

No

Otro:

9. Siendo bartender ¿qué función cumplen los bitters en tu barra? ¿Cómo los describirías?

La función de proporcionar en el cóctel una perspectiva diferente Son la sal y la pimienta del bar

10. ¿Prefieres realizar tus propios bitters o prefieres comprar alguna marca conocida?

Prefiero realizarlos propios Aún que las marcas del mercado son muy buenas

No. 60.—TO MAKE ONE GALLON OF  
ORANGE BITTERS.

**T**AKE half lb. of dry Seville orange peel, cut into small pieces, 2 drachms of carraway seeds, half oz. corianderseeds; steep in 1 quart of rectified spirits 60 o.p. for 1 month; pour off the spirits through a fine hair sieve, and return the seed and peel in the bottle, add distilled water 1 gill each day, until the flavour is gone, and pour it off, add 2 lbs. of sugar candy in a quart of boiling water; distilled water to make up the quantity, 1 gallon; filter the same as No. 57.

(Ricket & Thomas,

1872)

**Anexo 3** Recetas de prohibición

**1. Bijou**

1 oz Gin

1 oz Vermouth dulce

$\frac{3}{4}$  de oz Chartreuse verde

$\frac{1}{4}$  de oz Campari

3 dash Bitter de naranja

Método: Refrescado

Servir en un vaso de whisky

**2. Opera**

2 oz Gin

$\frac{1}{4}$  de oz Luxardo Maraschino

2 oz Dubonnet rojo

3 dash Bitter de naranja

Método: shake y colado por malla fina

Servir en copa tipo martini

### **3. Trilby**

1 oz Gin

1 oz Vermouth seco

2 dash Bitter de naranja

Método: Refrescado

Servir en copa de coupe

### **4. Bronx**

2 oz Gin

¼ oz Vermouth seco

¼ oz Vermouth dulce

1 oz Jugo de naranja

2 dash Bitter de naranja

Método: shake y colado por malla fina.

Servir en copa Martini

## **Anexo 4 Entrevistas**

**Nombre del entrevistado:** Andrés Oña

**Ocupación:** Bar – manager de Chosen Bar y creador de CAOS – Coctelería UIO.

Andrés Oña es hotelero de profesión graduado de la universidad tecnológica equinoccial. Mismo que ha desarrollado y ha dictado cursos de coctelería clásica, de tendencia y conceptual, toma el puesto de bar – manager de Chosen Bar con la filosofía de transmitir sensaciones a través de cocteles.

Andrés toma en cuenta que los bitters son la estructura básica de un coctel, dice que se toma en cuenta siempre un bitter al momento de estructurar una



bebida, por lo que estos son capaces de cambiar, modificar y darle matices únicos a la bebida y es grato hacerle saber a los clientes cuando se los usa, puesto que no hay que obviarlos, es un ingrediente más y se lo utiliza con mucha frecuencia.

También comenta que en Chosen Bar no se realizan bitters, sino que se realizan tinturas, nos explica que para realizar un bitter es necesario una destiladora y se apoya con un ejemplo muy claro: al momento de querer extraer aromas sutiles como el del azafrán, este se perderá entre las especias, el alcohol, los azúcares, etc. Sin embargo se improvisa bastante con chocolate al 70% y nibs de cacao.

Él considera que la coctelería del país se encuentra en crecimientos, sin embargo falta fundamentos, debido a que nunca se ha hecho un estudio como en el tema de cocina ancestral, no existe un antes y un después de la coctelería y lo que se está haciendo es solamente seguir una corriente. Lo que se requiere hacer es una observación sobre las bebidas alcohólicas que nos presiden y a partir de eso crear una coctelería del país. En lo que conforma a Quito, no existe un registro sobre el primer bar que abrió en la ciudad y qué fue lo que este lugar ofrecía, por lo que no hay un cimiento en dónde empezar.

Para Andrés la planteación de este tema ha sido una cosa muy valiosa, puesto que considera que la repartición de cualquier información conforme a los cocteles es muy valiosa, puesto que hay gente que no tiene ni siquiera la idea de lo que es un bitter.

**Entrevistado:** Peter Damian

**Ocupación:** Bar – manager de Paamari

Peter Damian bartender de profesión, ha sido head bartender en hanzo y fue capacitado en la barra de Chosen Bar. Cree que los bitters son un producto estrictamente necesario e imprescindible al momento de crear una carta de cualquier bar. Estos se podrían decir que se convierten en el umami de la coctelería, por lo que no es lo mismo un old fashioned con bitter que uno sin bitter.

Los bitters le sirven a Peter de respaldo en la barra, comenta que hay clientes que buscan diferentes perspectivas en un coctel, como por ejemplo que este no sea dulce, pero quieren que estos tengan una ligera sensación, es ahí donde entran los bitters aromáticos, brindando un aroma dulce en un coctel que puede ser cítrico o amargo.

Para Peter la perspectiva del país es que está comenzando a despegar, poco a poco a negocios les está interesando el tema de la coctelería y el potencial que este puede alcanzar y que Ecuador va teniendo más presencia en Sudamérica.

En la barra de Paamari se realizan bitters caseros, estos los realiza a partir de especias, de manera que estos mejoren la sensación organoléptica de sus bebidas, también comenta que el bitter de naranja es imprescindible, es un bitter que se da desde el inicio de la coctelería como tal.

La idea de esta guía para Peter también ha sido una excelente idea, y nos dice que hay un pésimo concepto de lo que es un coctel en algunos lugares porque no se toma en cuenta lo orígenes de estos. Existe una falta de conocimiento y una falta de interés propio. Por lo que es necesario dar a conocer la existencia de los bitters

## Anexo 5 Hojas de Cata

Fecha:	02/05/19
Nombre:	Daniel Ortega
Grado alcohólico:	26,67%V/V
Tipo de bitter:	Naranja
Cristalería:	Shot

	1	2	3	4	5	Calificación	Multiplicación	Resultado
<b>CATA VISUAL</b>								
Limpieza				✓		4	1	4
Color					X	5	2	10
<b>CATA OLFATIVA</b>								
Aromas:								
Naranja					X	5	3	15
Canela			X			3	1	3
Clavo de olor			X			3	1	3
Cardamomo			X	X		3	1	3
Intensidad				X		4	2	8
<b>CATA GUSTATIVA</b>								
Cuerpo				X		4	1	4
Amargor			X			3	2	6
Dulzor	X				X	1	2	2
Alcohol				X		4	1	4
<b>CATA GENERAL</b>								
Equilibrio de sabores				X		4	3	12

**Observaciones**

- No es dulce, hay el dulce del bitter
- Tiene el sabor de naranja
- Tiene la maceración en la vaina y temperatura
- Cosen saca burbujas que se ven

ESCALA ORIENTADA A PUNTACIÓN	
81-100	Excelente
61-80	Sobre saliente
41-60	Muy Bueno
21-40	Bueno
0-20	Regular

Fecha:	02/05
Nombre:	Felix Rodriguez
Grado alcohólico:	26,67%V/V
Tipo de bitter:	Naranja
Cristalería:	Shot

	1	2	3	4	5	Calificación	Multiplicación	Resultado
<b>CATA VISUAL</b>								
Limpieza			X			3	1	3
Color			X			3	2	6
<b>CATA OLFATIVA</b>								
Aromas:								
Naranja				X		4	3	12
Canela						4	1	4
Clavo de olor			X			1	1	1
Cardamomo			X			3	1	3
Intensidad			X			3	2	6
<b>CATA GUSTATIVA</b>								
Cuerpo				X		4	1	4
Amargor		X				2	2	4
Dulzor			X			3	2	6
Alcohol			X			3	1	3
<b>CATA GENERAL</b>								
Equilibrio de sabores				X		4	3	12

**Observaciones**

ESCALA ORIENTADA A PUNTACIÓN	
81-100	Excelente
61-80	Sobre saliente
41-60	Muy Bueno
21-40	Bueno
0-20	Regular

Fecha: 02/05/14  
 Nombre: Gabriel Mora  
 Grado alcohólico: 26,67%V/V  
 Tipo de bitter: Naranja  
 Cristalería: Shot

	1	2	3	4	5	Calificación	Multiplicación	Resultado
<b>CATA VISUAL</b>								
Limpieza					X		1	5
Color			X		X		2	8
<b>CATA OLFATIVA</b>								
Aromas:								
Naranja					X		3	15
Canela			X				1	3
Clavo de olor					X		1	5
Cardamomo			X				1	3
Intensidad			X				2	6
<b>CATA GUSTATIVA</b>								
Cuerpo			X				1	3
Amargor		X					2	4
Dulzor	X						2	2
Alcohol				X			1	4
<b>CATA GENERAL</b>								
Equilibrio de sabores			X				3	9

Observaciones  
 Muy dulce, probar con menos azúcar.

ESCALA ORIENTADA A PUNTACIÓN	
81-100	Excelente
61-80	Sobre saliente
41-60	Muy Bueno
21-40	Bueno
0-20	Regular

67

Fecha: 2/05/2014  
 Nombre: Nicolás Domínguez  
 Grado alcohólico: 26,67%V/V  
 Tipo de bitter: Naranja  
 Cristalería: Shot

	1	2	3	4	5	Calificación	Multiplicación	Resultado
<b>CATA VISUAL</b>								
Limpieza				X			1	4
Color					X		2	10
<b>CATA OLFATIVA</b>								
Aromas:								
Naranja				X			3	12
Canela			X				1	3
Clavo de olor			X				1	3
Cardamomo			X				1	3
Intensidad				X			2	10
<b>CATA GUSTATIVA</b>								
Cuerpo			X				1	3
Amargor		X					2	4
Dulzor	X						2	4
Alcohol	X						1	2
<b>CATA GENERAL</b>								
Equilibrio de sabores			X				3	9

Observaciones  
 + Amargor  
 reducir dulce - nivel de azúcar

ESCALA ORIENTADA A PUNTACIÓN	
81-100	Excelente
61-80	Sobre saliente
41-60	Muy Bueno
21-40	Bueno
0-20	Regular

67

Fecha:	2/5/2019				
Nombre:	Sibonham Bares				
Grado alcohólico:	26,67%V/V				
Tipo de bitter:	Naranja				
Cristalería:	Shot				

	1	2	3	4	5	Calificación	Multiplificación	Resultado
CATA VISUAL								
Limpieza				X			1	4
Color				X			2	8
CATA OLFATIVA								
Aromas:								
Naranja					X		3	15
Canela				X			1	4
Clavo de olor				X			1	4
Cardamomo					X		1	5
Intensidad					X		2	10
CATA GUSTATIVA								
Cuerpo					X		1	5
Amargor			X				2	6
Dulzor	X						2	2
Alcohol					X		1	5
CATA GENERAL								
Equilibrio de sabores				X			3	12

Observaciones	
muy dulce	

ESCALA ORIENTADA A PUNTACIÓN	
81-100	Excelente
61-80	Sobre saliente
41-60	Muy Bueno
21-40	Bueno
0-20	Regular

80

## Anexo 6 Glosario

### 50 Best Bars

#### 50 Best Bars

Premio a los mejores bares del mundo según estándares del premio., 1 bartender

#### Bartender

Persona quien realiza diferentes tipos de bebidas mixtas. Ejp. Cocteles, malteadas, jugos,etc., 57

### dash

#### Dash

equivale a una pequeña cantidad no cuantificables, es una dosis que el bartender quiera dar e su bebida., 18

### speakeasy

#### Speakeasy

Un estilo de bar que se crea en le época de la prohibición, mismo al que se ingresa unicamente por medio de una contraseña., 5

### umami

#### Umami

Se lo puede denominar como delicioso. Es el 5to sabor que puede detectar la lengua., 7

### WorldClass

#### WorldClass

Competición anual de bartenders de diferentes partes del mundo, 16

# BITTER DE NARAJA

## PROCEDIMIENTOS

### PASO 1 MISE EN PLACE

Se organizarán los ingredientes requeridos para la elaboración



### PASO 3 PRIMER FILTRADO

Separar sólidos y líquidos con un colador de tela.



### PASO 5 SEGUNDO FILTRADO

Filtrar el líquido de la infusión.



### PASO 7 CATA

Es necesario realizar una cata del producto para que de esta manera el equipo de trabajo esté de acuerdo con le mismo.



### PASO 2 MACERACIÓN

Se dejará reposar 3 semanas a los ingredientes sumergidos en el vodka.



### PASO 4 INFUSIÓN

Hervir los sólidos extraídos anteriormente. Reservar por una semana.



### PASO 6 UNIÓN DE LÍQUIDOS PARA PRODUCTO FINAL

Unir los líquidos filtrados y embotellar en un recipiente de 1Lt.



