



Estudio de preferencia de la chicha de maíz en zonas rústico-campestres y citadina de la región La Libertad

Study of maize *chicha* preference in rustic-country and city areas of 'La
Libertad Region'

Mirla S. Suárez Atoche¹, Stefany Villaran Hurtado¹, Víctor Vásquez Villalobos^{1,2,*}

¹ Universidad Privada Antenor Orrego - Escuela de Ingeniería en industrias Alimentarias. Av. América Sur 3145
Monserrate. Trujillo (Perú).

² Universidad Nacional de Trujillo - Escuela de Ingeniería Agroindustrial. Av. Juan Pablo II s/n - Ciudad
Universitaria. Trujillo (Perú).

Recibido 18 Septiembre 2013. Aceptado 18 Diciembre 2013.

RESUMEN

Se investigó el *status* de la chicha de maíz en relación a su preferencia, mediante encuestas realizadas a un total de 100 personas, en el Campus de la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo – UPAO y en cuatro lugares rústicos y campestres localizados las ciudades capitales de tres distritos de la costa de la Región La Libertad: Laredo, Moche y Magdalena de Cao. Se determinó que el 83% consumen chicha, la mayoría del sexo masculino (63%), de los cuales el 62% son mayores de 40 años. No existe una diferencia en cuanto al consumo de chicha en los distritos de Laredo, Moche, Magdalena de Cao y Campus de la UPAO, que en promedio lo hacen en un $20,8 \pm 2,22\%$ del total. Un 17% del total de encuestados no consumen chicha, siendo la principal razón la de no gustarle. Las personas que beben chicha lo hacen esporádicamente (80%) y los fines de semana (19%); el 47% bebe chicha en celebraciones y con amigos en el hogar (28%). Valoran el sabor de la chicha (98%) y lo beben para compartir o departir (66%) y como una expresión alegría (33%). Existe una mayor preferencia por la cerveza (36%) y la chicha (34%) con respecto al vino (13%).

Palabras clave: Estudio de preferencia, chicha de maíz.

ABSTRACT

The *status* of *chicha* maize in relation to its preference through surveys made to 100 people at the 'Antenor Orrego of Trujillo' Private University – UPAO' Campus and to four country-rustic places located in the capital cities of three districts on the coastal lands of La Libertad Region, namely Laredo, Moche, and Magdalena de Cao was investigated. It was determined that 83% consume *chicha*, being males the majority (63%) of which 62% are over 40 years old. There is no difference in terms of *chicha* consumption in the districts of Laredo, Moche, Magdalena de Cao, and UPAO's Campus, which on average they make $20.8 \pm 2.22\%$ of the total. 17% of the total of surveyed do not consume *chicha*, being the main reason not liking it. People who drink *chicha*, they do so sporadically (80%) and weekends (19%); the 47% drink *chicha* with celebrations and friends at home (28%). 98% value the taste of *chicha*, 66% drink it to share or socialize and 33% as an expression of joy. There is a greater preference for beer (36%) and *chicha* (34%) with regard to wine (13%).

Keywords: Preference study, *chicha* of maize.

*Autor para correspondencia.

Email: vvasquezv@upao.edu.pe (V. Vásquez-Villalobos)

1. Introducción

La chicha de maíz (o chicha de jora) de distintas variedades, es una bebida alcohólica oriunda del Perú, que se obtiene por fermentación natural de la materia azucarada contenida en la malta de maíz, con un contenido alcohólico que puede llegar hasta de 9% en volumen (León, 2010). Su fabricación tiene un carácter artesanal, empleándose variaciones en el uso de insumos y métodos para su obtención. Es elaborada en muchas regiones del Perú (Bardales *et al.*, 2012). El carácter artesanal no garantiza un producto de calidad estándar y seguro para el consumidor. Su forma de preparación se ha transmitido de generación en generación, en la que está inmersa la sabiduría y los secretos de su elaboración; sin embargo, son muy pocas las comunidades que aún conservan las técnicas ancestrales para su elaboración.

Es consumida en el Perú y en otros países latinoamericanos como Ecuador, Colombia, Bolivia, Chile, Nicaragua, Panamá y Venezuela (Aguirre, 2009) constituyéndose en mercado potencial de consumo con posibilidades de industrialización.

Se reporta que una de las primeras evidencias del consumo de maíz en el Perú se remonta a 2,500 años antes de nuestra era; en Huarmey, en un sitio denominado Gallinazos, se encontraron los restos precerámicos de la evidencia de una técnica de su conservación, que consistía en su mezclarlo con arena seca en determinados lugares bien ventilados (León y Hare, 2008).

Según la publicación del Fondo Editorial de la Universidad San Martín de Porres en Lima (León y Hare, 2008), se menciona que cuando el inca Atahualpa ingresó a la plaza de Cajamarca solo encontró a un sacerdote dominico acompañado por un intérprete, a quién le alcanzó un quero (*qiru* en lengua quechua) de oro lleno de chicha, para brindar en forma ritual y

poder comenzar una conversación entre seres civilizados, según la manera andina.

El sacerdote creyó que lo querían envenenar y arrojó la chicha al suelo, y luego le leyó unos párrafos de la biblia y se lo alcanzó; el inca lo examinó sin entender su contenido y, contrariado, lo arrojó lejos de sí. Luego sobrevinieron la matanza y la prisión del inca.

Fue en Cajamarca donde el sacrilegio de derramar la chicha anunció metafóricamente el fin de un mundo y el comienzo de otro, el colonial, que se inauguró despreciando el líquido considerado sagrado. El papel de la chicha fue crucial en el mundo andino. Era la bebida del maíz, la planta sagrada por excelencia, que simbolizaba al Estado y expresaba la riqueza de una sociedad agrícola. El maíz había desplazado a la papa a una condición subordinada, por así decirlo. El consumidor de papa era el pobre; quien no tenía más que tubérculos para alimentarse era un ser humano desprovisto de refinamiento. Hasta el día de hoy el habitante de las alturas andinas, aquel que solo come papa y no tiene acceso al mote (maíz seco desgranado y hervido), es visto como un individuo inferior por los habitantes de los valles interandinos.

El maíz fue consumido de diversas maneras. Es de destacar, su uso bajo la forma de líquido. Sucede que el agua cruda siempre ha tenido mala reputación en los andes, está asociada a enfermedades y a todo tipo de parasitosis, como un transmisor de bacterias y gérmenes. Por ello los habitantes en los andes la evitan en forma sistemática. De acuerdo a la versión del sabio Santiago Antúnez de Mayolo, el poblador andino evitó beber agua cruda, sino como componente de otros preparados como chupes, mates y chicha. Según Antúnez de Mayolo, en el mundo prehispánico toda la población bebía chicha en forma cotidiana; su consumo creaba un medio ácido, hostil

a las bacterias causantes de infecciones en el organismo. Capaz de registrar grados muy distintos de alcohol, había chichas para las diferentes edades del ser humano, así como variedades según las horas del día. Se preparaba chichas para la vida cotidiana y otras muy distintas para celebrar fiestas con alto contenido alcohólico. Según el cronista Guaman Poma de Ayala, en tiempos del Tahuantinsuyo se habrían bebido seis pocillos diarios de chicha, un promedio de litro y medio por habitante en un día corriente. De acuerdo a diversas opiniones la chicha de jora no quebraba el ayuno, pues existía chicha, con un porcentaje menor de alcohol en relación con el vino o la cerveza. Existían muchas variedades de chicha, la más famosa fue la elaborada en base a maíz de jora (*sura asua*). Destacan también el masato de yuca, que se produce en toda América, fue la primera bebida autóctona que conocieron los españoles. Asimismo había chichas de otros cereales como la quinua y la cañigua; chicha de frutos como el molle y el algarrobo; chicha de tubérculos como la oca y el apichu; y también chicha de maní, que posiblemente fue la segunda bebida en importancia en costa y sierra. Los españoles no comprendieron nunca el ritual de la chicha y lo atribuyeron a una supuesta esencia beoda y decadente de la sociedad andina. La chicha estaba en la base de la sociabilidad andina y su desvaloración fue crucial en la cadena de incomprensiones que dieron origen al Perú. Aún hoy en día la tradición de la chicha es inmensamente rica, pero a la vez se encuentra amenazada de extinción. La etiqueta del pasado andino está moribunda a causa de la modernidad. La palabra chicha proviene del Caribe, porque la voz quechua para la bebida de maíz es *aqá*. Los españoles tomaron las primeras palabras que escucharon y las propagaron a su paso para nominar todas las cosas parecidas que iban encontrando. De este modo, la palabra

chicha se refiere a las bebidas de maíz y de yuca, que en forma generalizada los españoles hallaron en el Nuevo Mundo. Fue uno de los primeros americanismos, llegó a los andes muy temprano proveniente del caribe y desplazó del habla peruana a las voces antiguas, tanto a la quechua como a la aymara.

La chicha no pudo ser erradicada por los colonizadores europeos. Pero inmediatamente después de la conquista perdió consideración. Las bebidas alcohólicas cargadas de prestigio pasaron a ser los vinos y aguardientes, mientras que la chicha fue arrojada al desván y considerada bebida de indios, representativa de la cultura de los dominados y vencidos. En diversas ocasiones intentó ser proscrita. El virrey Francisco de Toledo la incluyó entre sus numerosas prohibiciones. La transformación de la antigua bebida andina fue impresionante, pasó de ser el eje de la etiqueta entre comunidades de seres civilizados a convertirse en el símbolo de la marginación.

Arrinconada, la chicha sobrevivió durante la era colonial escondida entre los indios. La represión a la rebelión del cacique de Tungasuca fue tan drástica que incluyó una nueva escala de prohibiciones culturales. Los símbolos incaicos fueron perseguidos. Se emprendió contra el quechua y contra la chicha. Sin embargo, la chicha también ganó aliados culturales que se hallaron en forma sorprendente en el bando de la independencia criolla. Así antes que se cante el Himno Nacional ya se cantaba música patriota, entre la cual destaca una canción compuesta por José de la Torre Ugarte y de José Bernardo Alcedo, “la chicha”, que celebraba la comida y bebida nacionales en oposición a la cultura culinaria europea. “La chicha” de los patriotas sirvió como símbolo de su oposición a España, encarnada en el vino y la sidra.

Durante estos últimos doscientos años, la chicha ha ido perdiendo sus vínculos con el medio ambiente. Nada permite

recordar la antigua categoría de la chicha de Huarmey. En los valles del norte ha desaparecido la tradición chichera y se ha estandarizado una versión moderna, que utiliza un maíz de tipo uniforme, emplea molino eléctrico y, finalmente, acelera la fermentación añadiendo azúcar. La producción local de chicha ha dejado de lado sus antiguas conexiones con el medio que la rodeaba. Hoy en día ya ni se hierva el maíz para la chicha en ollas de barro, sino se utiliza las de aluminio.

En el transcurso del siglo XX, la chicha como bebida cambió radicalmente y, a la vez en el Perú, la palabra adquirió un nuevo significado. Apareció la “*cultura chicha*”. Este término corresponde a los últimos años del pasado siglo y su uso se ha extendido paradójicamente, al tiempo que la bebida se halla amenazada de extinción. En un comienzo, “*cultura chicha*” significaba desorden, caos e improvisación; un sinónimo de las cosas fabricadas con ausencia de rigor y profesionalismo. Una de las primeras manifestaciones masivas de esta cultura se dio en la arquitectura, en forma paralela apareció la “*música chicha*”. Con un verbo no bien elaborado como lo puede ser la poesía quechua o el yaraví, sino con un verso rústico y sin mayor refinamiento. Resulta paradójico que por un lado la chicha como bebida se está perdiendo, pero, por otro, también se verifica fecundidad de la “*cultura chicha*”, que de alguna manera expresa la forma de modernidad que se vive en el Perú. La bebida declina mientras la cultura se afirma. Paralelamente también en Perú existe la tendencia a identificar la cultura chicha con la llamada “*cultura combi*”, en referencia a los conductores de cierto tipo de servicio de transporte público, caracterizados por tratar con poca cortesía a los pasajeros, dejarlos en cualquier parte de la calzada, manejar de manera peligrosa, infringir continuamente las reglas de tránsito y sobornar a los policías.

Un proceso continuo de transculturización, acompañados con la adopción de estereotipos inducidos por los medios de comunicación, está llevando a una pérdida de identidad cultural y olvido de lo ancestral. Se reporta hasta el 2009, que en el Perú la cerveza fue la bebida alcohólica de mayor consumo promedio con 32,9 L/hogar (siendo en la zona rural 19,4 L/hogar), seguido del aguardiente de caña 1,1 L/hogar (zona rural: 3,4 L/hogar), el vino 0,8 L/hogar y el pisco 0,1 L/hogar; cifras que posiblemente no hayan variado en la actualidad (INEI, 2009). Denotándose que los niveles de consumo de chicha no representan importancia de mención estadística.

En este sentido en la presente investigación, se buscó conocer el *status* de la chicha en relación a su preferencia, en zonas rústico-campestres y ciudadana de la Región La Libertad; los motivos para consumirla, aspectos sensoriales y opciones con respecto a otras bebidas.

2. Materiales y métodos

Se aplicó encuestas a través de entrevistas directas a un total de 100 personas, entre el 25 al 28 de mayo del 2013, en el cafetín, espacios de trabajo y recreación de los alumnos en el Campus de la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo – UPAO (25 encuestas) y en cuatro lugares (plaza de armas, una bodega y dos restaurantes, con un total de 25 encuestas por lugar) localizados las ciudades capitales de tres distritos de la costa de la Región La Libertad: Laredo, Moche y Magdalena de Cao. Los lugares donde se aplicaron las encuestas fueron de características rústicas y campestres.

Laredo es una ciudad ubicada a 7 km de la ciudad de Trujillo, asentada actualmente entre cultivos de caña de azúcar, ubicada en un radio de influencia de ocupación de diversas culturas las más importantes de las

cuales fueron la Moche y la Chimú, posteriormente del dominio incaico. La Conquista y posterior virreinato español llevo a la configuración de la Hacienda Azucarera Laredo, que en la República se configuró en un centro urbano y rural profundamente relacionado con la ciudad de Trujillo (Plan Estratégico Institucional 2012-2016, Municipalidad Distrital de Laredo, 2011). La ciudad de Moche, ubicada igualmente a 7 km de la ciudad de Trujillo, caracterizada porque en el área circundante se desarrolló la cultura Mochica, con una antigüedad entre los 100 a.C. hasta los 700 años d.C. Según el Historiador Paz Soldán la palabra Moche deriva del quecha “*Muchi*” que quiere decir: “*enjuagar la boca o masticar maíz para hacer chicha*” (Municipalidad Distrital de Moche, 2013). Pueblo de tradición indígena, con un predominante matriarcado en la estructura familiar. Poseedor de una culinaria típica la que incluye el consumo de chicha.

Magdalena de Cao, ubicada 60 km de la ciudad de Trujillo muy cerca al mar (4 m.s.n.m) y rodeada de cultivos de caña de azúcar. Es un pueblo que tuvo la influencia de las culturas premochicas Cupisnique, Salinar, Gallinazo o Virú de Chicama (Municipalidad Distrital de Santiago de Cao, 2013). Conserva igualmente una tradición matriarcal y actualmente es un lugar caracterizado por su tradición de consumir chicha.

3. Resultados y discusión

El resultado de las encuestas realizadas (Figura 1) en los lugares de Laredo, Moche, Magdalena de Cao y Trujillo-UPAO, mostraron que el 83% de la población consume chicha y el 17% no lo hace por diferentes razones.

El 63% de consumidores de chicha son hombres y el 37% que son mujeres (Figura 2); de los cuales el 62% son consumidores mayores de 40 años y 38%, son personas menores de 40 años (Figura 3).

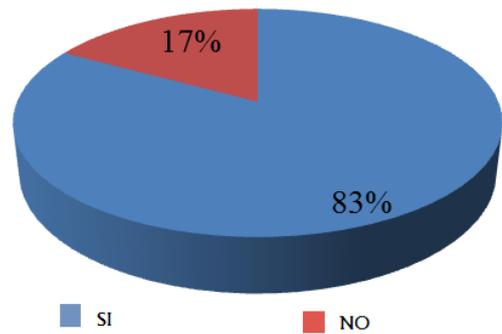


Figura 1. Consumo de chicha de maíz.

Al respecto se puede mencionar que en América Latina existe una prevalencia de consumo per cápita de etanol, en la población de 18 a 65 años, por parte del sexo masculino de 6,4 L y del femenino de 1,2 L (Sojo, 2012). Esta conducta no es del todo generalizada, en los jóvenes, no se exhibe mayor diferencia en cuanto al consumo. En un estudio de consumo de bebidas alcohólicas en estudiantes universitarios en la ciudad de Lima, se encontró que con respecto a la cerveza, que 50,7% es consumida por los hombres y 49,7% por mujeres (Chau, 1999).

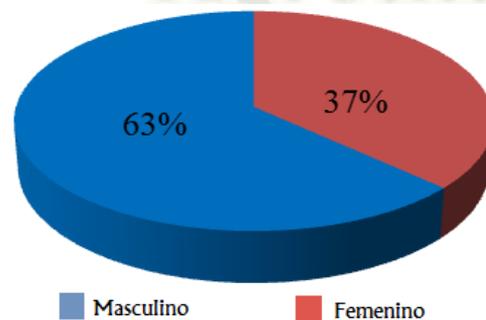


Figura 2. Consumo de chicha de maíz según sexo.

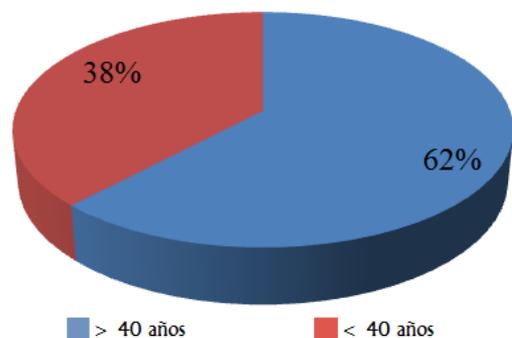


Figura 3. Diferenciación del consumo de chicha por edades.

De acuerdo con CEDRO (2013) en ambos sexos se presentan tasa elevadas de prevalencia de consumo de alcohol, la proporción de consumidores en el sexo masculino es mayor que en el sexo femenino (hombres: 79,4%; mujeres: 69,3%), lo que confirma en el presente estudio el mayor porcentaje de consumo de chicha por parte de los hombres.

El consumo de chicha por personas mayores a 40 años podría estar influenciado por la valoración de lo tradicional, en sociedades que por naturaleza son conservadoras de sus costumbres. Según Sahuai (2008) los consumidores no toman decisiones en el vacío. Sus compras reciben un fuerte efecto de factores culturales, sociales, personales y psicológicos. En las áreas de estudio las familias tienen una fuerte influencia, este es el grupo social más cercano al individuo y, por lo tanto, el que mayor influencia tiene en él. Según Sahuai (2008) es en la familia donde los hábitos de consumo se moldean.

En la Figura 4 se puede denotar que del 83% que consumen chicha, no existe una diferencia marcada en cuanto al consumo de chicha en las zonas de Laredo, Moche, Magdalena de Cao y Campus de la UPAO. En promedio lo hacen en un 20.8% del total. Los tres primeros espacios geográficos tienen una desviación de $\pm 1,53\%$ y los cuatro en conjunto $\pm 2,22\%$.

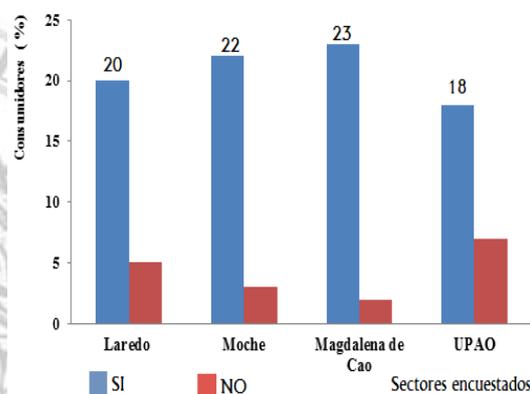


Figura 4. Consumo de chicha zonas rústico-campestres y citadina de La Libertad.

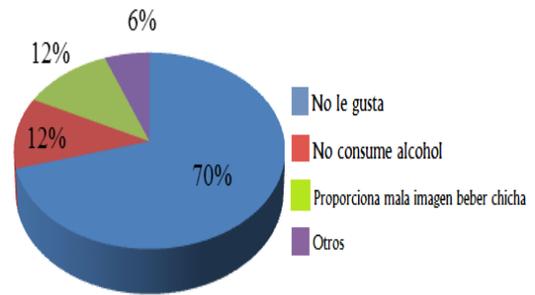


Figura 5. Proporcionalidad de los motivos para no consumir chicha.

La proporcionalidad de los motivos para no consumir chicha se presenta en la Figura 5. Observándose que un 70% “no le gusta”, un 12% “no consume alcohol”, otro 12% manifestó considera que beber chicha “proporciona una mala imagen” y un 6% no consume por “otros motivos” como temor de consumirla por su preparación que podría causar trastornos digestivos, indiferencia, etc.

Se ha postulado que el uso de alcohol proviene de una conducta motivacional, debido a que una persona decide consciente o inconscientemente consumir o no una bebida alcohólica, de acuerdo a que si espera que las consecuencias afectivas positivas de beber tengan un mayor peso que aquellas de no hacerlo. Existen dos tipos de efectos correspondientes que las personas esperan obtener al beber. La primera es a través del efecto químico directo del alcohol sobre la emociones. El alcohol tiene efectos sobre el humor, que generalmente es descrito como reducción de la tensión. La segunda manera es indirecta. Esta se produce cuando el alcohol juega un papel instrumental como incentivo en la interacción social de la persona para la obtención de una meta, como el logro de la aceptación de las amistades (Chau, 1999). Uno de los análisis más importantes de la motivación se ha analizado bajo la concepción psicoanalítica de Sigmund Freud, que supone que los individuos son, en gran medida, inconscientes de las verdaderas

fuerzas psicológicas que moldean su conducta. Considera que la persona reprime muchos impulsos durante su crecimiento, y que estos impulsos nunca son eliminados por completo, ni tampoco se les puede controlar debido a que aparecen en los sueños, el comportamiento neurótico u obsesivo o en la psicosis (Sahuai, 2008).

El hecho de atribuirle a la chicha que “beberla proporciona mala imagen”, corrobora la existencia de la pérdida de valoración de una costumbre ancestral posiblemente por un proceso de transculturización y adopción de una conducta esnobista, que ha permitido posicionarse a la cerveza como bebida. Una evaluación de la frecuencia de consumo por parte de los que normalmente consumen chicha (83%), se muestra en la Figura 6. Se observa que el 80% consume chicha de jora “esporádicamente”, el 19% “los fines de semana” y el 1% “diariamente”. Es necesario mencionar que la chicha es mayormente consumida por los sectores medios y populares, que fueron los lugares donde se aplicó la encuesta.

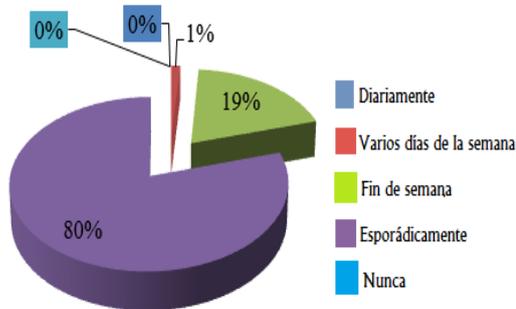


Figura 6. Frecuencia del consumo de chicha.

En este sentido, se observa que el consumo de chicha se da mayormente en las oportunidades de “celebraciones” (47%) (Figura 7). Es conocido que en algunas zonas existen fiestas tradicionales que tienen una profunda raigambre de expresión cultural. Otra oportunidad importante para el consumo de chicha es en el “hogar compartiendo los amigos” (28%). Un 13% consume

chicha en “restaurantes con amigos” y el 12% como “aperitivo” con las comidas.

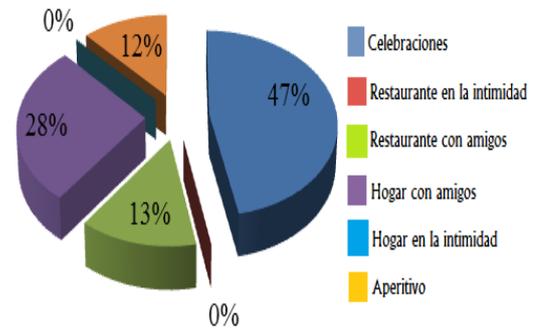


Figura 7. Oportunidades para el consumo de chicha.

En la Figura 8 se observa que entre las cualidades sensoriales más valoradas en la chicha se encuentra el “sabor” (98%), mientras que el 2% del valora el “aroma”. El color no recibe ninguna valoración. Las comunidades que consumen chicha de jora manifiestan que para que una chicha sea de excelente calidad debe tener un color característico de café oscuro. El 70% mencionan que su sabor debe ser dulce; el 50% manifiestan que debe tener un sabor picante, fuerte y debe estar bien cocida para que no exista problemas digestivos (Chavarrea, 2011). Se denota que el sabor dulce es prevaleciente; este es un aspecto que se ha ido desarrollando como patrón de consumo característico de la chicha, ya que antes de los españoles no se endulzaba con azúcar.

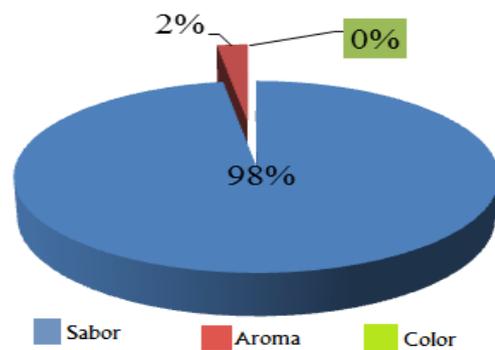


Figura 8. Valoración sensorial de la chicha.

En la Figura 9 se observa que las personas expresaron sus motivos de consumir chicha, debido a lo que ellos denominan “compartir” (66%) cuyo vocablo es equivalente a departir. También manifestaron que lo hacían como expresión de “alegría” (33%). Solo 1% lo consume para aplacar la sed.

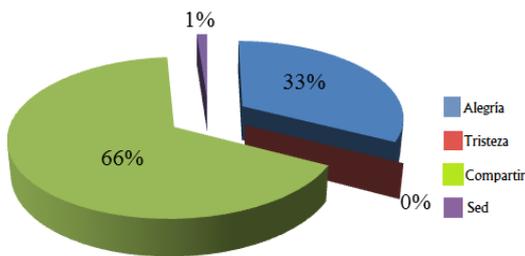


Figura 9. Expresión de los motivos de consumo de chicha.

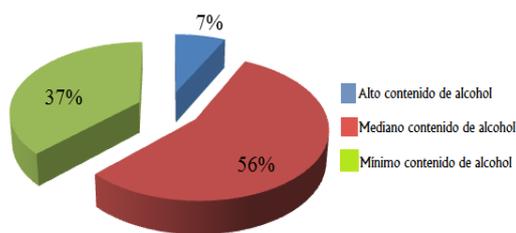


Figura 10. Preferencia de la chicha con respecto al contenido de alcohol.

En la Figura 10 se puede observar que el 56% de las personas que consumen chicha la prefieren con mediano contenido de alcohol, mientras que el 37% la prefieren con mínimo contenido de alcohol; solo un 7% la prefieren con alto contenido de alcohol.

En la Figura 11 se observa la opción de preferencia en una escala de 1 a 5, siendo la escala (1) la de mayor preferencia y la escala (5) la de menor preferencia. Observándose una mayor preferencia por la cerveza (36 %) y la chicha (34 %). El vino representa una menor opción de preferencia de 13 %. Este aspecto no se contrasta con el consumo real existente ya que al momento de decidir lo hacen fundamentalmente por la cerveza. Según reportes de INEI (2012) en Trujillo existe un consumo promedio per cápita de cerveza de 30,3 L/hogar, seguido de vino y otros con 1,4 L/hogar. El mayor consumo de la cerveza está fuertemente influenciado por la propaganda de las grandes empresas que impera en nuestro medio. Se pudo observar que la bebida con menos opción de preferencia es el ron, seguida del pisco y el vino.

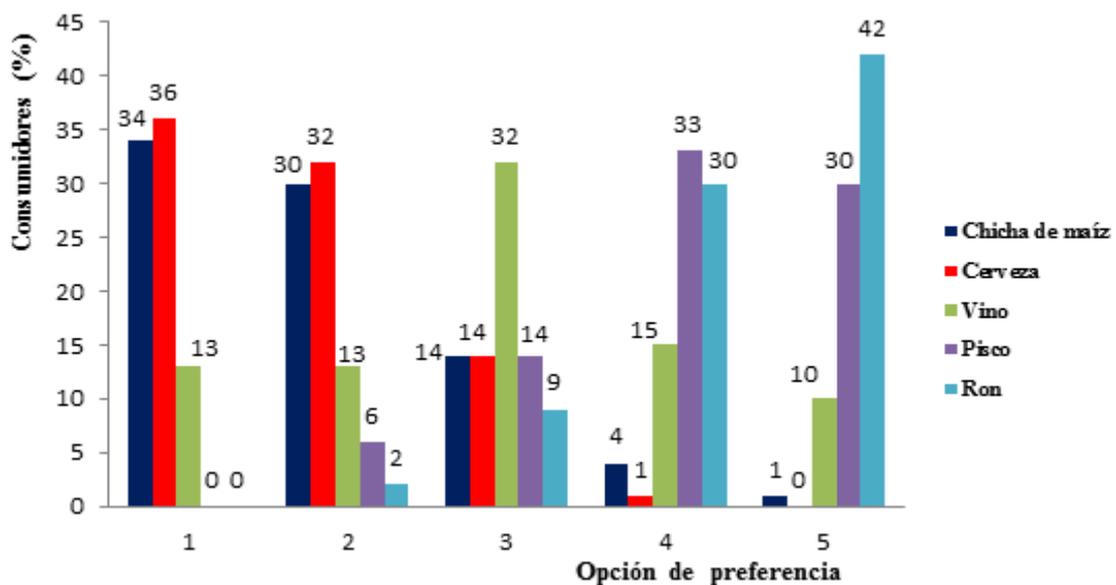


Figura 11. Opciones de preferencia de bebidas alcohólicas en personas que tradicionalmente consumen chicha (1), cerveza (2), vino (3), pisco (4) y ron (5).

4. Conclusiones

En total de 100 personas, en el Campus de la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo – UPAO y en cuatro lugares (plaza de armas, una bodega y dos restaurantes) localizados las ciudades capitales de tres distritos de la costa de la Región La Libertad: Laredo, Moche y Magdalena de Cao, se determinó que en promedio el 83% consumen chicha de maíz. La mayoría de consumidores fueron del sexo masculino (63%), de los cuales el 62% son mayores de 40 años.

No existe una diferencia en cuanto al consumo de chicha en las zonas de Laredo, Moche, Magdalena de Cao y Campus de la UPAO, que en promedio lo hacen en un 20,8% del total. Los tres primeros tienen una desviación de $\pm 1,53\%$ y los cuatro en conjunto $\pm 2,22\%$.

Existe un segmento que no consume chicha (17%) por distintas razones siendo la principal la de no gustarle, lo que representa un 70% de este segmento.

Las personas que beben chicha lo hacen esporádicamente en un 80% y los fines de semana 19%.

El 47% bebe chicha en celebraciones y con amigos en el hogar (28%). Valora en la chicha mayormente el sabor (98%) y lo bebe fundamentalmente como una actitud de compartir o departir (66%) y como una expresión alegría (33%). Asimismo los consumidores la prefieren con mediano contenido de alcohol.

Existe una mayor preferencia por la cerveza (36%) y la chicha (34%) con respecto al vino (13%).

5. Referencias Bibliográficas

Aguirre, H. 2009. Propuesta de una receta estándar para la elaboración de la chicha en la provincia de Chimborazo. Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito Ecuador. Disponible en: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/9663/1/39101_1.pdf [accesado: 25/08/2013]

Bardales, K.; Barreto, A.; Chávez, J.; Carranza, J.; Holguín, M.; Laiza, P.; Sánchez-Gonzales, J.; Linares, G. 2012. Efecto de la concentración de un coadyudante preseleccionado y presión de vacío sobre el tiempo de filtración y la transmitancia aplicado a un proceso de clarificación de Chicha de Jora. *Agroind Science* 1: 110-117

CEDRO – Centro de Información y Educación para la Prevención del Abuso de Drogas. 2013. Consumo de Alcohol en el Perú Disponible en: <http://www.cedro.org.pe/alcohol.htm> [accesado: 01.07.2013]

Chau, C. 1999. Consumo de bebida alcohólicas en estudiantes universitarios: motivaciones y estilos de afrontamiento. *Persona* 2. 121-161. Universidad de Lima. Disponible en: [http://fresno.ulima.edu.pe/sf%5Csf_bdfde.nsf/imagenes/FC7B53EF6F7EC7DF05256F39004DF270/\\$file/chau.pdf](http://fresno.ulima.edu.pe/sf%5Csf_bdfde.nsf/imagenes/FC7B53EF6F7EC7DF05256F39004DF270/$file/chau.pdf) [accesado: 28.08.2013]

Chavarrea, M. 2011. Elaboración y conservación con fines agroindustriales y comerciales de la chicha de jora y quinua en las comunidades beneficiarias del proyecto “Runa Kawsay”. Escuela de Ingeniería Agroindustrial. Universidad Nacional de Chimborazo. Ecuador. 115 p.

Municipalidad Distrital de Moche. 2013. Historia de Moche. Disponible en: www.munimoche.gob.pe/web/index.php/conoce-moche [accesado: 11.09.2013]

Municipalidad Distrital de Santiago de Cao. Historia. Disponible en: www.munisantiagodecao.gob.pe/pagina_municipalidad/index-ubicacion.html [accesado: 12.09.2013]

INEI – Instituto Nacional de Estadística e Informática. 2009. Perú: Consumo de Alimentos y Bebidas. 13-42. Disponible en: <http://www.inei.gob.pe/biblioineipub/bancopub/Est/Lib1028/cap01.pdf> [accesado: 01.07.2013]

León, L. 2010. Proyecto de prefactibilidad para una planta productora de Chicha de Jora. Universidad Nacional de Trujillo, Perú

León R.; Hare, B. 2008. Chicha Peruana: una bebida, una cultura. Universidad san Martín de Porres, Fondo Editorial. Pp.237

Plan Estratégico Institucional 2012 - 2016 – Municipalidad Distrital de Laredo. 2011. Pp. 50. Disponible en: www.munilaredo.gob.pe/Documentos/PEI-Laredo-pdf [accesado: 01.07.2013]

Sahuai, J. 2008. Factores que influyen en la conducta del consumidor. Una aproximación desde las Ciencias Sociales. Universidad Modelo. 95 p. Disponible en: <http://www.colpamex.org/Revista/Art10/50.pdf> [accesado: 25/08/2013]

Sojo, C. 2012. Patrones de consumo de alcohol en América Latina. Análisis comparado de 9 países. Flacso Costa Rica. Disponible en: http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/COLECCION_UNPAN/BOL_JUNIO_2012_51/FLACSO/carlos_sojo.pdf [accesado: 23.08.2013].

Agroind Sci
Agroind Sci
AGROINDUSTRIAL

