

Universidad del Zulia. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Vol. XXXI, Núm 4 OCTUBRE-DICIEMBRE, 2025

Revista de Ciencias Sociales

Circuitos gastronómicos de la Chicha de Jora en el Perú: Un análisis cultural vinculado al turismo

Chávez Santivañez, Leslye Anji*
Torres Chuco, María Soledad**
Otiniano Reyes, Elías***
Ruiz Yanque, Diana Angélica****

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo analizar el valor cultural y turístico de la Chicha de Jora como producto emblemático del Perú, identificando los elementos tradicionales que han permitido su consolidación como atractivo gastronómico dentro del turismo rural. Se aplicó una metodología cualitativa con diseño descriptivo, utilizando como técnicas las entrevistas semiestructuradas y la observación participante. La población estuvo conformada por productores, guías turísticos y turistas vinculados a los circuitos gastronómicos, y la muestra se integró por 10 participantes seleccionados mediante muestreo intencional (5 productores, 2 guías y 3 turistas). Los resultados mostraron que la chicha de jora representa un símbolo vivo de la herencia andina y un eje articulador de identidad, cohesión social y sostenibilidad económica en comunidades rurales. Asimismo, se evidenció su creciente integración en rutas turísticas culturales y gastronómicas, donde fortalece la autenticidad y el atractivo del destino. La conclusión general establece que la chicha de jora constituye un vehículo de identidad cultural y desarrollo sostenible, cuya valorización dentro del turismo rural contribuye al fortalecimiento de la economía local y la preservación de prácticas ancestrales.

Palabras clave: Chicha de Jora; turismo gastronómico; patrimonio cultural; identidad andina; sostenibilidad rural.

* Magister en Gestión del Talento Humano. Docente Investigadora en el Instituto de Innovación y Formación Científica (INFOC), Trujillo, Perú. E-mail: anijchavez79@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6643-6494>

** Doctora en Educación. Magister en Gestión Pública. Docente Investigadora en la Universidad Católica Sedes Sapientiae (UCSS), Los Olivos, Perú. E-mail: mariasoledadch@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1698-7674>

*** Magister en Informática Educativa y Tecnología de Información. Docente Investigador en el Ministerio de Educación del Perú, Lima, Perú. E-mail: eliasotiniano@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8247-6720>

**** Doctor en Administración, Magister en Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras. Docente Investigadora en la Universidad Nacional de Frontera, Sullana, Perú. E-mail: ruiyenangelica@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1969-4957>

Gastronomic circuits of Chicha de Jora in Peru: A cultural analysis linked to tourism

Abstract

This study aimed to analyze the cultural and tourism value of Chicha de Jora as an emblematic Peruvian product, identifying the traditional elements that have allowed its consolidation as a gastronomic attraction within rural tourism. A qualitative methodology with a descriptive design was applied, using semi-structured interviews and participant observation as techniques. The population consisted of producers, tour guides, and tourists linked to gastronomic circuits, and the sample comprised 10 participants selected through purposive sampling (5 producers, 2 guides, and 3 tourists). The results showed that Chicha de Jora represents a living symbol of Andean heritage and a key element in shaping identity, social cohesion, and economic sustainability in rural communities. Furthermore, its growing integration into cultural and gastronomic tourism routes was evident, where it strengthens the authenticity and appeal of the destination. The overall conclusion establishes that Chicha de Jora constitutes a vehicle for cultural identity and sustainable development, and its valorization within rural tourism contributes to strengthening the local economy and preserving ancestral practices.

Keywords: Chicha de Jora; gastronomic tourism; cultural heritage; Andean identity; rural sustainability.

Introducción

La Chicha de Jora, una bebida fermentada elaborada a base de maíz, es una parte integral de la cultura peruana, especialmente en las regiones andinas. Sin embargo, su producción y consumo han disminuido debido a factores como la modernización y la globalización (Mejía, 2007). Este declive representa una pérdida cultural significativa. Por otra parte, el turismo en el Perú ha experimentado un crecimiento considerable, con un aumento en la demanda de experiencias auténticas y culturales. La problemática que se aborda en este estudio es cómo los circuitos gastronómicos de la Chicha de Jora pueden revitalizar esta tradición cultural y beneficiar económicamente a las comunidades locales mediante el turismo.

Un estudio sobre el turismo gastronómico en Perú analizó el papel de la Chicha de Jora en la oferta gastronómica peruana y cómo su producción y consumo están siendo promovidos como parte de la experiencia turística. Los resultados destacan que la Chicha de Jora no solo atrae a turistas interesados en la cultura culinaria, sino que

también fomenta la preservación de prácticas agrícolas tradicionales y promueve el desarrollo económico local (Kalenjuk et al., 2023).

Asimismo, una investigación sobre turismo y sostenibilidad hizo un análisis exhaustivo de la literatura sobre turismo sostenible, enfatiza la importancia de la Chicha de Jora como un ejemplo de turismo sostenible. La investigación muestra que la producción de Chicha de Jora respeta las prácticas agrícolas tradicionales y contribuye a la conservación cultural y ambiental, ofreciendo a los turistas una experiencia auténtica y educativa (Yang et al., 2023). Por otra parte, se encontró un estudio sobre impacto del turismo cultural en comunidades andinas, en el cual se investigó, cómo el turismo cultural en las comunidades andinas de Perú está siendo impulsado por la popularidad de la Chicha de Jora. Los hallazgos indican que esta última actúa como un puente cultural, permitiendo a los turistas conectar con la historia y las tradiciones locales, lo que a su vez refuerza la identidad cultural y genera ingresos para las comunidades locales (Tinoco, 2003).

El estudio de Nova (2021), expone

que el turismo gastronómico, culinario y alimentario comparten un propósito común: Integrar la experiencia del alimento local dentro del viaje, conectando al visitante con la cultura anfitriona. Seguidamente, Vuksanović et al. (2024) sostienen que el turismo culinario impulsa el desarrollo local mediante la cooperación entre productores y mercados regionales; promoviendo la autenticidad cultural y fomenta el turismo sostenible, convirtiéndose en un motor clave para la diversificación turística y el crecimiento de comunidades en áreas fronterizas. Asimismo, Nurmilah et al. (2022) argumentan que la planificación a corto, mediano y largo plazo fortalece la identidad gastronómica, impulsa la economía regional y consolida a la cocina local como elemento distintivo de atracción turística.

Abbas et al. (2021), encontraron que el turismo culinario dinamiza las actividades económicas locales de producción, distribución y consumo; enfatizan que este modelo fortalece la cooperación entre emprendedores y comunidad. Asimismo, Stone y Sthapit (2024) afirman que las experiencias gastronómicas no siempre son positivas, pues la memoria turística incluye factores como calidad, servicio o higiene. Purnomo (2022), señala que es importante integrar experiencias virtuales y visibilizar a los pequeños emprendedores para consolidar la sostenibilidad del sector. Setiawan et al. (2023), destacan la importancia de fortalecer los factores determinantes para mantener la fidelidad y promover el retorno de los turistas.

Satyaningrat et al. (2023), sostienen que un sistema digital integrado mejora la promoción gastronómica, resalta la identidad local y fortalece la interacción entre turistas y negocios, favoreciendo el desarrollo del turismo culinario. Complementan, Peralta et al. (2022) que las alianzas estratégicas fortalecen el turismo gastronómico, como la cooperación entre restaurantes, instituciones y comunidad incrementa la calidad de la oferta culinaria y eleva el nivel de vida de los habitantes. Por otra parte, Cuétara et al. (2022) sostienen que el turismo de naturaleza

y gastronomía contribuye al desarrollo rural sostenible, fomenta la economía local, fortalece la identidad comunitaria y promueve prácticas turísticas responsables y sostenibles.

Por su parte, el estudio sobre turismo y desarrollo rural en el Valle Sagrado, examinó el papel de la Chicha de Jora en el desarrollo del turismo rural en el Valle Sagrado de los Incas. Los resultados destacan que la inclusión de la Chicha de Jora en las rutas turísticas ha aumentado significativamente el interés turístico, mejorando la economía local y promoviendo la agricultura sostenible. La Chicha de Jora se ha convertido en un símbolo de identidad cultural que atrae a turistas interesados en experiencias auténticas (Molina, 2024). En este contexto, surge la interrogante: ¿Cómo la Chicha de Jora ha logrado una posesión cultural como atractivo turístico en la gastronomía?; ¿Qué valores culturales y tradicionales existen de la Chicha de Jora como producto oriundo del Perú?

Por lo que, la presente investigación se desarrolla con el propósito de analizar el valor cultural y turístico de la Chicha de Jora como producto emblemático del Perú, identificando los elementos tradicionales que han permitido su consolidación como atractivo gastronómico dentro del turismo rural. Esta investigación cobra importancia porque permite reconocer la relevancia sociocultural y económica de una bebida ancestral que fortalece la identidad nacional y genera oportunidades de desarrollo sostenible en comunidades rurales. Asimismo, se espera que los resultados contribuyan a visibilizar la Chicha de Jora como patrimonio cultural vivo y a fomentar su preservación, valorización y promoción responsable dentro del turismo gastronómico peruano.

1. Metodología

Este estudio adoptó un enfoque cualitativo con el propósito de explorar los circuitos gastronómicos de la Chicha de Jora y su impacto en el turismo. Se realizaron entrevistas semiestructuradas a 10 participantes, conformados por 5

productores de Chicha, 2 guías turísticos, y 3 turistas nacionales y extranjeros, seleccionados mediante un muestreo intencional, considerando su conocimiento directo, experiencia y participación activa en la producción, promoción o consumo de la Chicha de Jora dentro de los circuitos turísticos.

La recolección de datos se desarrolló durante un periodo de seis meses, de enero a junio de 2023, en las regiones de Cusco y Lambayeque, en Perú, reconocidas por su tradición en la elaboración de esta bebida ancestral. Las entrevistas fueron complementadas con observaciones participantes realizadas en festivales gastronómicos y eventos culturales vinculados a la Chicha de Jora, con el fin de obtener una comprensión más profunda del contexto sociocultural.

Asimismo, se efectuó un análisis de contenido de materiales promocionales, folletos y páginas *web* de agencias turísticas, con el objetivo de identificar cómo se presenta la Chicha de Jora en la oferta turística nacional. Los datos recolectados fueron analizados mediante el método de análisis temático, lo que permitió identificar patrones, categorías y significados recurrentes relacionados con la producción, el valor simbólico y la integración de la Chicha de Jora en los circuitos gastronómicos y turísticos del Perú.

2. Resultados y discusión

2.1. Datos históricos del valor gastronómico de la Chicha de Jora

La Chicha de Jora es una bebida tradicional fermentada elaborada a base de maíz, con profundas raíces en la cultura andina. Durante el periodo del *Tahuantinsuyo* o *Incanato*, esta bebida no solo constituía un alimento básico, sino que también cumplía una función central en ceremonias religiosas, rituales agrícolas y celebraciones sociales.

De acuerdo con De la Vega (2011), la Chicha de Jora tenía un papel ceremonial

destacado y se preparaba en el *acllahuasi*, espacio donde las *acllas* —mujeres escogidas para el servicio religioso— elaboraban la bebida destinada a las ceremonias y al consumo de la nobleza. Por su parte, Cobo (2022) señaló que la Chicha de Jora era tanto una bebida ritual como un alimento cotidiano fundamental dentro de la dieta incaica.

En su uso ceremonial y religioso, la Chicha de Jora era ofrendada a los dioses, especialmente al dios Sol, *Inti*, y se empleaba en festividades emblemáticas como el *Inti Raymi* (Fiesta del Sol) y el *Capac Raymi* (Fiesta de la Realeza), expresando la estrecha relación entre lo espiritual, lo agrícola y la vida cotidiana en la cosmovisión andina.

Además de su dimensión simbólica, la Chicha de Jora poseía un alto valor nutricional y social, al ser una fuente importante de energía y nutrientes. Su consumo estaba extendido en todas las clases sociales, desde los campesinos hasta la nobleza. La producción y distribución de la bebida estaban organizadas, siendo el *acllahuasi* el principal centro de elaboración para las ceremonias oficiales y el consumo de las élites.

En la actualidad, la Chicha de Jora se ha consolidado como un símbolo cultural y gastronómico del Perú, incorporado a diversos circuitos turísticos en regiones como Cusco y Lambayeque. Este producto ancestral no solo mantiene su valor nutricional y simbólico, sino que también ha generado un impacto económico y social positivo, convirtiéndose en un atractivo cultural que refuerza la identidad nacional y promueve el turismo gastronómico sostenible.

2.2. Atractivo cultural y gastronómico

La Chicha de Jora es vista como un componente esencial de la identidad cultural peruana. Los turistas buscan experiencias auténticas y están dispuestos a participar en actividades relacionadas con su producción y consumo (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2016).

a. Desarrollo de Circuitos Turísticos: Se

Licencia de Creative Commons

Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

han identificado diversos circuitos turísticos que incluyen visitas a chicherías (lugares donde se produce y vende Chicha de Jora), talleres de preparación y degustaciones. Estos circuitos no solo atraen a turistas nacionales e internacionales, sino que también educan sobre la historia y el proceso de elaboración de la chicha (Flores y Ramírez, 2024).

b. Impacto Económico y Social: Los circuitos gastronómicos de la Chicha de Jora han generado ingresos adicionales para los productores locales y han contribuido al desarrollo económico de las comunidades. Además, han fomentado un sentido de orgullo y preservación cultural entre los residentes locales (Jácome, 2025).

2.3. Variedad de la Chicha de Jora

La Chicha de Jora varía significativamente en todo el Perú debido a las diferentes técnicas de producción y tipos de maíz utilizados. En general, se pueden identificar varias variedades:

a. Chicha de Jora de Maíz Amarillo: Común en la región de Cusco, esta variedad se elabora con maíz amarillo y tiene un sabor ligeramente dulce y afrutado (Illa Kuntur Travel, 2025a).

b. Chicha de Jora de Maíz Morado: Encontrada en la región de Lambayeque, esta variedad utiliza maíz morado, que le da un color distintivo y un sabor más robusto (Albán, 2023; Quiroz et al., 2024).

c. Chicha Arequipeña: En Arequipa, la chicha se produce utilizando una combinación de maíces y se fermenta por un período más largo, lo que le confiere un sabor más fuerte (Illa Kuntur Travel, 2025b).

2.4. Proceso de elaboración

El proceso de elaboración de la Chicha de Jora incluye varios pasos fundamentales:

a. Germinación del Maíz: El maíz se deja germinar hasta que brota, lo cual puede tardar varios días. Este proceso, conocido como malteado, convierte el almidón del maíz

en azúcares fermentables (Vargas-Yana et al., 2020).

b. Secado y Molienda: El maíz germinado se seca y luego se muele para obtener una harina fina.

c. Cocción: La harina de maíz se cuece en agua durante varias horas, lo que permite la liberación de los azúcares y la creación de un mosto.

d. Fermentación: El mosto se coloca en vasijas de barro o recipientes de madera para fermentar. La fermentación puede durar entre tres días y dos semanas, dependiendo de la temperatura y la receta específica (Bassi et al., 2020).

e. Filtrado y Consumo: Despues de la fermentación, la chicha se filtra y está lista para su consumo.

2.5. Valor nutricional

La Chicha de Jora tiene un perfil nutricional interesante debido a su base de maíz y el proceso de fermentación:

a. Carbohidratos: Proporciona una fuente significativa de carbohidratos, especialmente azúcares simples derivados del almidón del maíz (García et al., 2020).

b. Vitaminas y Minerales: Contiene vitaminas del grupo B (como la tiamina y la riboflavina) y minerales como el hierro y el magnesio, que se liberan durante la fermentación.

c. Probióticos: Al ser una bebida fermentada, la Chicha de Jora puede contener probióticos que benefician la salud intestinal (Bendezú et al., 2020; Calderón et al., 2024).

d. Nivel de Alcohol: El nivel de alcohol en la Chicha de Jora puede variar considerablemente: Chicha Fresca: Tiene un contenido alcohólico bajo, generalmente entre 1% y 2%, puesto que se consume poco después de la fermentación inicial (Illa Kuntur Travel, 2025a); Chicha Fermentada: Si se deja fermentar por más tiempo, el contenido alcohólico puede aumentar hasta aproximadamente 3% a 5% (Vargas-Yana et al., 2020).

2.6. El clarito como derivado de la Chicha de Jora

Para comprender la percepción sobre la Chicha de Jora como patrimonio cultural y atractivo turístico, se realizaron entrevistas semiestructuradas a diez participantes: Cinco productores, dos guías turísticos y tres turistas

(nacionales y extranjeros). Las preguntas abordaron aspectos relacionados con el significado cultural, el proceso de producción, la importancia social, la promoción turística y los desafíos para su preservación. A continuación, se presenta la síntesis de las principales respuestas obtenidas en el Cuadro 1.

Cuadro 1
Resultados de entrevistas aplicadas

No.	Tipo de entrevistado	Pregunta 1: ¿Qué significa para usted la chicha de jora?	Pregunta 2: ¿Cómo se produce la chicha de jora tradicionalmente?	Pregunta 3: ¿Qué importancia tiene para la comunidad?	Pregunta 4: ¿Cómo se promueve actualmente en el turismo?	Pregunta 5: ¿Qué desafíos enfrenta su preservación?
1	Productor 1	Es una herencia de mis abuelos, un símbolo de identidad andina.	Se hace germinando el maíz jora, luego se hiere y fermenta por varios días.	Une a la comunidad en fiestas y celebraciones agrícolas.	Algunos restaurantes rurales la ofrecen a los turistas.	Falta apoyo para su producción artesanal y control sanitario.
2	Productor 2	Representa el trabajo familiar y las costumbres ancestrales.	Usamos maíz amarillo y agua de manantial, fermenta naturalmente.	Genera ingresos y mantiene viva una tradición.	Se ofrece en ferias y festivales culturales.	La competencia de bebidas industriales y la pérdida de saberes.
3	Productor 3	Es una bebida sagrada, parte de nuestra historia inca.	Se remoja el maíz, se germina, se muela y se cocina en ollas de barro.	Tiene valor espiritual y social.	Algunos operadores turísticos la incluyen en sus recorridos.	La falta de capacitación en buenas prácticas de fermentación.
4	Productor 4	Un legado cultural que nos da orgullo.	Elaboramos en comunidad, respetando los tiempos de fermentación.	Fomenta la unión social y económica del pueblo.	Se promociona poco, solo en fechas festivas.	No hay una denominación de origen ni registro formal.
5	Productor 5	Es una tradición viva, representa el sabor del pueblo.	Usamos técnicas tradicionales sin químicos, con paciencia.	Genera identidad local y vínculos familiares.	Se ofrece a visitantes en experiencias rurales.	La falta de reconocimiento institucional y recursos.
6	Guía Turístico 1	Es parte esencial de la experiencia cultural del visitante.	La explicamos como una bebida fermentada ancestral.	Refuerza la imagen cultural del destino.	Se incluye en rutas gastronómicas y vivenciales.	No existe una estrategia de promoción sostenida.
7	Guía Turístico 2	Un símbolo del pasado que hoy atrae al turismo cultural.	Relatamos su preparación durante las visitas a comunidades.	Promueve el turismo vivencial y la identidad local.	Algunos turistas participan en talleres de elaboración.	Falta articulación entre productores y operadores turísticos.
8	Turista Nacional	Es una bebida interesante y sabrosa, diferente a otras.	Aprendí que se hace con maíz germinado y fermentado.	Refleja la historia y la cultura del pueblo.	Se ofrece en degustaciones durante las ferias.	Falta información sobre su origen y proceso.
9	Turista Extranjero 1	Es una experiencia cultural única del Perú.	Observé cómo las mujeres del pueblo la preparan con dedicación.	Conecta el pasado inca con la vida actual.	La probé en un tour gastronómico.	Debería difundirse más a nivel internacional.
10	Turista Extranjero 2	Es un producto auténtico y natural.	Vi que se hace de manera artesanal, sin tecnología moderna.	Es parte del patrimonio cultural vivo.	Se promueve poco fuera de las zonas rurales.	El reto es mantener la calidad y autenticidad.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

La Chicha de Jora y el clarito son bebidas tradicionales de la región de Piura en Perú, que no solo forman parte esencial de la gastronomía local, sino que también representan un importante recurso turístico. La Chicha de Jora es una bebida fermentada hecha a base de maíz de Jora; su preparación implica tostar el maíz, remojarlo, hervirlo y dejarlo fermentar por varios días en vasijas de barro. Esta bebida tiene raíces en las tradiciones preincaicas y es apreciada por su sabor único y sus usos en la cocina local, como en la maceración de carnes para platos típicos (Peru Travel, 2024; Jamea Perú, 2025).

Por otra parte, el clarito es una bebida derivada de la Chicha de Jora, típica de las zonas costeras del norte de Perú, particularmente en Piura y Lambayeque. Su elaboración tradicionalmente está a cargo de las mujeres y sigue un proceso similar al de la Chicha de Jora, pero con algunas diferencias en la fermentación y la clarificación del líquido. El clarito se caracteriza por su color claro y textura ligera, y es consumido principalmente en días específicos, como domingos y lunes (Slow Food Foundation for Biodiversity, 2024).

En términos de atractivo turístico, estas bebidas son parte integral de la oferta cultural y gastronómica de Piura. La preparación y degustación de Chicha de Jora y clarito, atraen a turistas interesados en la cultura y tradiciones locales. Además, eventos y festivales que celebran estas bebidas, como el Día de la Chicha de Jora, aumentan su visibilidad y atractivo turístico, promoviendo a Piura como un destino donde los visitantes pueden experimentar prácticas ancestrales y sabores auténticos (Peru Travel, 2024; Slow Food Foundation for Biodiversity, 2024; Jamea Perú, 2025).

Los testimonios recogidos en las entrevistas evidencian el valor cultural y social de ambas bebidas. Los productores resaltaron que la preparación de la Chicha de Jora es una práctica heredada de sus antepasados y un símbolo de identidad regional: “Hacer chicha es como seguir la historia de nuestros abuelos; cada vaso cuenta algo del pueblo” (Productor

3). Los guías turísticos coincidieron en que la bebida se ha convertido en un elemento diferenciador dentro de los circuitos gastronómicos locales, atrayendo a visitantes interesados en experiencias auténticas: “Muchos turistas buscan probar algo que represente la tradición viva; la chicha es ese puente con la cultura” (Guía 1).

Por su parte, los turistas manifestaron que degustar la Chicha de Jora o el clarito les permitió comprender mejor la vida cotidiana y la hospitalidad piurana: “Nos invitaron chicha en una feria y nos explicaron cómo la preparan; fue una experiencia muy cercana, diferente a solo visitar un lugar” (Turista 2).

En términos de atractivo turístico, la Chicha de Jora y el clarito forman parte integral de la oferta cultural y gastronómica de Piura. La preparación, degustación y participación en ferias o festivales —como el Día de la Chicha de Jora— fortalecen su visibilidad y consolidan a la región como un destino donde los visitantes pueden experimentar prácticas ancestrales y sabores auténticos (Peru Travel, 2024; Slow Food Foundation for Biodiversity, 2024; Jamea Perú, 2025).

Los hallazgos de este estudio indican que la Chicha de Jora tiene un gran potencial para ser un eje central en el turismo cultural y gastronómico en el Perú. Sin embargo, es esencial que estos circuitos se desarrollen de manera sostenible para evitar la comercialización excesiva que podría diluir su valor cultural. Un productor señaló: “La chicha no debe convertirse solo en un negocio; es parte de nuestra historia, y si se pierde la tradición, ya no sería lo mismo” (Productor 4).

De igual forma, un guía turístico enfatizó la necesidad de involucrar a las comunidades en la gestión de los circuitos: “Los pueblos deben ser los protagonistas, porque son ellos quienes mantienen viva la costumbre y la producción artesanal” (Guía 2). Por lo que, la participación activa de las comunidades locales en la creación y gestión de estos circuitos es importante para asegurar que los beneficios económicos se distribuyan equitativamente. La Chicha de Jora ha demostrado ser un atractivo cultural y gastronómico crucial en la

promoción del turismo en Perú.

Este estudio confirma que los turistas buscan experiencias auténticas y están interesados en participar en actividades relacionadas con la producción y consumo de Chicha de Jora. Los circuitos turísticos que incluyen visitas a chicherías, talleres de preparación y degustaciones, no solo educan a los turistas sobre la historia y el proceso de elaboración de esta bebida, sino que también generan ingresos adicionales para los productores locales y contribuyen al desarrollo económico de las comunidades.

Un turista nacional expresó: “Lo más valioso es poder ver cómo preparan la chicha y probarla directamente de las vasijas; eso no se vive en la ciudad” (Turista 2). Asimismo, un productor comentó: “Gracias al turismo, ahora la gente conoce más nuestra chicha y la valora como parte de la cultura peruana” (Productor 3). Sin embargo, los entrevistados enfatizaron que es fundamental que estos circuitos se desarrolle bajo un enfoque sostenible, evitando la comercialización excesiva que podría afectar la autenticidad del producto. En ese sentido, la participación activa de las comunidades locales en la gestión de los circuitos se considera clave para asegurar una distribución equitativa de los beneficios y preservar la identidad cultural que hace de la Chicha de Jora un símbolo patrimonial del Perú.

Conclusiones

El objetivo de esta investigación fue analizar el valor cultural y turístico de la Chicha de Jora como producto emblemático del Perú, identificando los elementos tradicionales que han permitido su consolidación como atractivo gastronómico dentro del turismo rural. Los resultados obtenidos permiten concluir que la Chicha de Jora constituye un símbolo vivo de la herencia andina, cuyo proceso artesanal, transmisión intergeneracional y uso en festividades locales le confieren un alto valor patrimonial.

Se evidenció que esta bebida no solo mantiene su relevancia cultural, sino que

también se ha convertido en un componente esencial de los circuitos gastronómicos rurales, atraiendo a turistas nacionales y extranjeros interesados en experiencias auténticas. Los testimonios de productores, guías y visitantes revelaron una valoración positiva hacia la Chicha de Jora como manifestación cultural y como producto que contribuye al desarrollo económico de las comunidades locales.

Esta investigación aporta una comprensión integral sobre cómo la Chicha de Jora, más allá de su valor gastronómico, se erige como un vehículo de identidad cultural y cohesión social. Asimismo, destaca su potencial para fortalecer el turismo rural sostenible, promoviendo la participación comunitaria y la diversificación económica en zonas tradicionales productoras.

Entre las principales limitaciones se encuentra en la focalización geográfica del estudio, lo que restringe la generalización de los resultados. Del mismo modo, el enfoque cualitativo permitió explorar percepciones, pero no cuantificar el impacto económico de estos circuitos gastronómicos.

Se recomienda realizar estudios comparativos en otras regiones productoras de Chicha de Jora, así como evaluar el impacto económico y sociocultural de su inclusión en rutas turísticas nacionales. Futuras investigaciones podrían también analizar la percepción del turista internacional y explorar estrategias de marca país que integren la Chicha de Jora dentro del turismo gastronómico peruano.

En conclusión, la Chicha de Jora representa un producto emblemático del patrimonio cultural peruano, capaz de articular historia, tradición y desarrollo sostenible. Su revalorización como atractivo turístico no solo fortalece la identidad local, sino que también contribuye a proyectar una imagen auténtica del Perú ante el mundo.

Referencias bibliográficas

Abbas, E. W., Jumriani, y Mutiani (2021).

*Licencia de Creative Commons
Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0)
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>*

Banua Anyar culinary tourism area: Study of economic activities as a learning resource on social studies. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 747(1), 012019. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/747/1/012019>

Albán, M. (2023). Reflexión Histórica de la Colada Morada, Tradicional Bebida del Ecuador. *Anthropia*, (20), 127-145. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/anthropia/article/view/27330>

Bassi, D., Orrù, L., Cabanillas, J., Cocconcelli, P. S., y Fontana, C. (2020). Peruvian chicha: A Focus on the Microbial Populations of This Ancient Maize-Based Fermented Beverage. *Microorganisms*, 8(1), 93. <https://doi.org/10.3390/microorganisms8010093>

Bendezú, A., Flores, P., y Muñoz, J. (2020). Chicha de jora: Probiotic potential and nutritional value. *Journal of Food Research*, 9(4), 76-85.

Calderón, J. P., Segura, V. M., Santana, L. G., y Garcés, B. (2024). Análisis del consumo de la chicha y chagarmishqui (bebidas fermentadas tradicionales) en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua y los beneficios que presenta en la nutrición y la salud. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 8(53), 230-243. <https://journalprosciences.com/index.php/ps/article/view/720>

Cuétara, L. M., Sablón, N., Márquez, L. E., y Cartay, R. C. (2022). *Producto turístico de naturaleza para el desarrollo de comunidades rurales en Manabí, Ecuador. Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVIII(2), 287-299. <https://doi.org/10.31876/rcc.v28i2.37939>

Cobo, B. (2022). *Historia del Nuevo Mundo*. Legare Street Press.

De la Vega, G. (2011). *Comentarios reales de los Incas*. Fondo de Cultura Económica.

Flores, J. C., y Ramírez, H. (2024). Sabores de Lima: Impacto del turismo gastronómico en la identidad cultural y el desarrollo económico local. *Business Innova Sciences*, 5(3), 171-182. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1384521>

García, M., Romero, M., Alcaide, J. M., Molina, R., y Molina, G. (2020). Hábitos alimentarios y situación nutricional en la Amazonía peruana. En R. Moreno, J. R. Martínez, A. Villarino y A. Moreno (Eds.), *Aproximaciones a la pluralidad alimentaria Iberoamericana* (pp. 89-120). Edición Punto Didot

Illa Kuntur Travel (2025a). Chicha de jora in Cusco: Drink of the Incas. *Illa Kuntur Travel*. <https://illakunturtravel.com/gastronomy/chicha-jora-cusco/>

Illa Kuntur Travel (2025b). Chicha de Guiñapo bebida de Arequipa. *Illa Kuntur Travel*. <https://illakunturtravel.com/es/gastronomia/chicha-de-guinapo-bebida-de-arequipa/>

Jácome, J. N. (2025). La producción de chicha de jora en la campiña de Moche como atractivo turístico [tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo]. <https://dspace.untr.edu.pe/items/deb299d0-f2ff-485f-8802-1973c984156b>

Jamea Perú (2 de enero del 2025). Cómo Preparar Chicha de Jora Tradicional en Casa Fácilmente. *Jamea Perú*. <https://jameaperu.com/recetas/bebidas/chicha-de-jora/>

Kalenjuk, B., Grubor, B., Banjac, M., Đerčan, B., Tešanović, D., Šmugović, S., Radivojević, G., Ivanović, V., Vujasinović, V., y Stošić, T. (2023). The Sustainability of gastronomic heritage and its significance for regional tourism development.

Heritage, 6(4), 3402-3417. <https://doi.org/10.3390/heritage6040180>

Mejia, J. (2007). Globalizacion y cultura. *Investigaciones Sociales*, 11(18), 345-358. <https://doi.org/10.15381/is.v11i18.7148>

Molina, A. (02 de octubre de 2024). La Chicha de Jora: Bebida tradicional de los incas. *Perú Grand Travel*. <https://www.viajesmachupicchutours.com/blog/cusco/la-chicha-de-jora>

Nova, A. (2021). *Literature review of food tourism, culinary tourism and gastronomy tourism*. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(4), 517-526. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2945132&val=26069>

Nurmilah, R., Sudarma, A., y Alhidayatullah, A. (2022). *Culinary tourism development strategy in Sukabumi*. *International Journal of Entrepreneurship and Business Management*, 1(2), 105-115. <https://doi.org/10.54099/ijebm.v1i2.351>

Organización Mundial del Turismo - OMT (2016). Alianza entre turismo y cultura en el Perú – Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad. OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284417575>

Peru Travel (July 9, 2024). Chicha de jora: The nectar of the Incas. *Perú Travel*. <https://www.peru.travel/en/masperu/chicha-de-jora-the-nectar-of-the-incas>

Peralta, P., Cervantes, V., Polo, B., y Pantoja, O. (2022). *Alianzas estratégicas generadoras de valor en el sector gastronómico colombiano*. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(4), 277-289. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i4.39130>

Purnomo, A. M. (2022). *Attraction of culinary tourism destinations to promote sustainability development during the pandemic*. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 15(2), 190-207. <https://doi.org/10.14421/pjk.v15i2.2320>

Quiroz, E. N., Mera, S. V., Parra, P. F., y Chiriboga, A. A. (2024). Uso de los alimentos ancestrales ecuatorianos en el desarrollo de procesos físico-químicos: Implicaciones didácticas y culturales. *Tesla Revista Científica*, 4(2), e393. <https://doi.org/10.55204/trc.v4i2.e393>

Satyangangrat, L. M. W., Hamijaya, P. D. N., y Rahmah, K. (2023). *Analisis pemodelan data flow diagram pada sistem basis data wisata kuliner di Kota Balikpapan: Analysis of data flow diagram on culinary tourism database system in Balikpapan City*. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 3(2), 236-246. <https://doi.org/10.57152/malcom.v3i2.920>

Setiawan, H., Hamid, A., Bustan, J., y Ummasyroh. (2023). *Tourist loyalty model visiting culinary tourism destinations*. *International Journal of Social Science and Business*, 7(4), 876-886. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i4.51516>

Slow Food Foundation for Biodiversity (2024). Artisanal Clarito: Ark of taste. *Slow Food Foundation for Biodiversity*. <https://www.fondazioneslowfood.com/en/ark-of-taste-slow-food/artisanal-clarito>

Stone, M. J., y Sthapit, E. (2024). *Memories are not all positive: Conceptualizing negative memorable food, drink, and culinary tourism experiences*. *Tourism Management Perspectives*, 54, 101296. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101296>

Tinoco, O. (2003). Los impactos del turismo en el Perú. *Industrial Data*, 6(1), 47-60. <https://doi.org/10.15381/idata.v6i1.5982>

Vargas-Yana, D., Aguilar-Morón, B., Pezo-Torres, N., Shetty, K., y Gálvez, L. (2020). Bebida fermentada étnica ancestral peruana “Chicha” a base de maíz morado (*Zea mays* L.): Desentrañando sus beneficios funcionales para la salud. *Journal of Ethnic Foods*, 7, 35. <https://doi.org/10.1186/s42779-020-00063-3>

Vuksanović, N., Demirović, D., Petrović, M. D., Radovanović, M. M., Malinović-Milićević, S., Radosavac, A., Obradović, V., y Ergović, M. (2024).

The role of culinary tourism in local marketplace business—New outlook in the selected developing area. *Agriculture*, 14(1), 130. <https://doi.org/10.3390/agriculture14010130>

Yang, Y., Wani, G. A., Nagaraj, V., Haseeb, M., Sultan, S., Hossain, M. E., Kamal, M., y Raza, S. M. (2023). Progress in sustainable tourism research: An analysis of the comprehensive literature and future research directions. *Sustainability*, 15(3), 2755. <https://doi.org/10.3390/su15032755>