

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN SIMON  
FACULTAD DE CIENCIAS AGRICOLAS Y PECUARIAS  
“MARTIN CARDENAS”**

**AGROECOLOGIA UNIVERSIDAD COCHABAMBA (AGRUCO)**



**COSTOS DE PRODUCCION Y CANALES DE COMERCIALIZACION  
EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE CHICHA DE MAIZ (ZEA  
MAYS) EN LOS MUNICIPIOS DE PUNATA, CLIZA, ARBIETO, SIPE  
SIPE, TAPACARI E INDEPENDENCIA DEL DEPARTAMENTO DE  
COCHABAMBA.**

TESIS DE GRADO PARA  
OBTENER EL TITULO DE  
INGENIERO AGRONOMO

**DANIEL ARTURO QUIROGA MOSCOSO.**

COCHABAMBA – BOLIVIA

2006

## INDICE DE CONTENIDO

<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Antecedentes.....	3
1.2. Objetivos.....	4
1.3. Hipótesis.....	5
<b>II. MARCO TEORICO.....</b>	<b>6</b>
2.1. ASPECTOS GENERALES DE LA CHICHA.....	6
2.1.1. Historia y origen de la chicha.....	6
2.1.2. Elaboración de chicha.....	7
2.1.3. Consumo de chicha.....	9
2.1.4. Comercialización y chicherías.....	11
2.2. ASPECTOS GENERALES DE ENFOQUE DE CADENAS.....	13
2.2.1. Tipos de cadenas.....	14
2.2.1.1. Cadena agroalimentaria.....	14
2.2.1.2. Cadena de Valor.....	15
2.2.1.2.1. Enfoque de Cadena de Valor.....	16
2.2.1.3. Cadena global de mercancías.....	17
2.2.1.4. Aproximación conceptual a la cadena de la producción de chicha.....	17
2.2.2. Comercialización.....	18
2.2.2.1. Microcomercialización.....	18
2.2.2.2. Macrocomercialización.....	18
2.2.3 Mercado.....	20
2.2.4 Economía Campesina.....	22
2.3. ASPECTOS GENERALES SOBRE COSTOS.....	25
2.3.1. Concepto de Costos.....	25
2.3.2. Componentes del Costo.....	26
2.3.2.1. Costos Fijos.....	26
2.3.2.2. Concepto de Depreciación.....	28
2.3.2.2.1. Vida Útil.....	29
2.3.2.3. Costos Variables.....	29

<b>III. METODOLOGIA.....</b>	<b>30</b>
3.1. Ingresos.....	30
3.1.1. Ingreso Bruto.....	30
3.1.2. Ingreso Neto.....	31
3.1.3. Relación Beneficio/Costo.....	31
3.2. Enfoque Metodológico.....	32
3.3. Diseño Metodológico.....	34
3.4. Materiales.....	37
<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>38</b>
4.1. Características socioeconómicas y culturales de los seis municipios en torno a la chicha.....	38
4.1.1. Aspectos Socioeconómicos.....	38
4.1.2. Aspectos Culturales.....	40
4.2. Análisis de los eslabones en la cadena de producción de chicha de maíz.....	40
4.2.1. Eslabones en la cadena de producción de chicha.....	42
4.2.2. Cadena Campesina de Valor Agroalimentario.....	48
4.3. Análisis comparativo de los costos de producción en el proceso de elaboración de la chicha de maíz.....	51
4.3.1. Medidas de referencia.....	61
4.3.2. Precios de la Chicha.....	62
4.3.3. Análisis comparativo de los costos de producción de estudios de caso en los seis municipios.....	63
4.3.3.1. Utilidad neta, emisión de yapa y galeta.....	66
4.3.4. Elaboración de chicha industrial.....	68
4.3.4.1. Análisis comparativo de la elaboración de chicha industrial.....	70
4.3.4.2. Análisis comparativo de la elaboración de chicha industrial tomando en cuenta la emisión de yapa y galeta en la comercialización.....	72
4.4. Ingresos monetarios y no monetarios de los subproductos de la elaboración de chicha.....	73
4.4.1. Ingresos monetarios por elaboración de chicha.....	73
4.4.2. Ingresos monetarios por los subproductos.....	75
4.4.3. Ingresos no monetarios.....	77
4.4.4. Aspectos Socioculturales.....	77
4.5. Flujo y Canales de comercialización de chicha dentro de los seis municipios.....	80
4.5.1. Flujo y canales de comercialización de chicha industrial en los municipios de Cliza, Punata y Sipe Sipe.....	82
4.5.1.1. Municipio de Cliza.....	82
4.5.1.1.1. Flujo y canales internos.....	84
4.5.1.1.2. Flujo y canales externos.....	84
4.5.1.2. Municipio de Punata.....	86

4.5.1.2.1. Flujo y canales internos.....	88
4.5.1.2.2. Flujo y canales externos.....	89
4.5.1.3. Municipio de Sipe Sipe.....	90
4.5.1.3.1. Flujo y canales Internos.....	91
4.5.1.3.2. Flujo y canales externos.....	92
4.5.2. Análisis comparativo de los canales y flujos en la comercialización de chicha industrial en los municipios de Cliza, Punata y Sipe Sipe.....	93
4.5.3. Flujo y canales de comercialización de chicha tradicional en los municipios de Arbieta, Independencia y Tapacari.....	94
<b>V CONCLUSIONES.....</b>	<b>94</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>98</b>
<b>VII. BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>99</b>
<b>VIII. ANEXOS</b>	

## INDICE DE FOTOS

FOTO 4. Chicha en las sociedades.....	7
FOTO 5. Consumo de chicha y chicherías (Punata y Cliza).....	13
FOTO 6. Paila de cobre.....	53
FOTO 7. Wirki.....	53
FOTO 8. P'ño.....	54
FOTO 9. Jarras y Baldes.....	55
FOTO 10. Tutuma.....	55
FOTO 11. Tacho.....	56
FOTO 12. Fogón.....	57
FOTO 13. Pregerminado de maíz y trigo.....	59

## INDICE DE GRAFICAS

GRAFICA 1. Cadena campesina de valor agroalimentaria de la chicha.....	49
GRAFICA 2. Usos de los subproductos de la chicha.....	76
GRAFICA 3. Canales de comercialización de chicha industrial del municipio de Cliza.....	83
GRAFICA 4. Flujo de comercialización de chicha industrial del municipio de Punata.....	87
GRAFICA 5. Canales de comercialización de chicha industrial del municipio de Sipe Sipe.....	88

## INDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Tipología de productores.....	33
Cuadro 2. Tipología de consumidores de los seis municipios estudiados.....	46
Cuadro 3. Costos fijos y depreciaciones de infraestructura en producción de chicha.....	52
Cuadro 5. Precio de venta de chicha por municipio después del sondeo (Marzo 2006) expresado en Bs.....	63
Cuadro 31. Comparación de costos fijos, variables y número de latas obtenidas expresado en Bs, en los seis municipios.....	65
Cuadro 32. Comparación entre utilidad bruta con emisión de galeta y yapa, utilidad Bruta y relación beneficio/costo tomando en cuenta las presentaciones existentes en	

Los seis municipios.....	66
Cuadro 45. Comparación de costos fijos, variables y número de barriles obtenidos en Los tres municipios expresado en Bs.....	71
Cuadro 46. Comparación en utilidad bruta con emisión de galeta y yapa, utilidad bruta Y relación beneficio/costo en los tres municipios donde se produce chicha industrial....	72
Cuadro 47. Utilidad bruta por elaboración de chicha tradicional e industrial tomando en cuenta las presentaciones para la comercialización en los seis municipios.....	74

## **I. INTRODUCCION**

La cultura y el desarrollo endógeno sostenible es la base fundamental para la formación de los pueblos originarios, bajo este contexto es que se desarrolla una serie de conocimientos, los que son trasferidos en el transcurso del tiempo como herencias ricas en saber, este es el caso en la forma de elaboración de chicha de maíz.

La chicha, bebida que es de importancia sociocultural trascendente para los pueblos andinos y su cultura, toman el maíz (*Zea mays*) como insumo elemental para su elaboración, siendo una fuente de vida indispensable en el cotidiano de las familias campesinas.

En base a este grano que tiene diversas utilidades, es que se ha generado y se genera una dinámica de vida importante dentro de los pueblos, sobre todo con mayor énfasis en la zona de los valles del departamento de Cochabamba, considerándolo como un alimento de inmejorables propiedades e irremplazable en la dieta alimentaría. No solo cobra una importancia religiosa, cultural y social, si no que también el aspecto económico tiene importancia, ya que hoy en día obtener más alimentos naturales y sanos, en el caso del maíz es difícil, sin obviar su uso en la elaboración de chicha.

La chicha tiene un impacto sociocultural y religioso muy importante en nuestra cultura, ocupando un sitio muy preferencial, tanto así que hoy en día forma parte de la cultura siendo el sustento económico para muchas familias que se dedican a este rubro y para la generación de ingresos de muchos municipios del departamento de Cochabamba.

Pese a esta importancia que representa tanto el maíz como la chicha, con el pasar de los años esta herencia del saber se ha ido erosionando y solo se concentra en el núcleo de algunas familias, sobre todo en los pueblos originarios de Cochabamba, quedando al margen del conocimiento de los demás individuos y sobre todo las ciudades y pueblos intermedios.

En nuestro medio el consumo de chicha tiene una connotación social y cultural, también es fundamental su aporte económico; bajo esta premisa, que es el punto de partida para la importancia de determinar, analizar y sistematizar la información económica de este rubro, realizando un análisis de los costos de producción, tomando en cuenta que ha sido y es la fuente de ingresos económicos para muchas familias y municipios.

Los costos de producción a determinar, brindaron un panorama en el que se vieron inmersos los beneficios obtenidos de dicha actividad en los municipios en los que se realizó la investigación. Los datos obtenidos con el trabajo que se realizó con los estudios de caso seleccionados, permitió establecer las comparaciones entre los municipios respecto a los costos de producción, venta y los beneficios esperados por la elaboración de chicha, al mismo tiempo información que podrá emplearse para poder establecer un estudio de mercado específico y con proyecciones de exportación no solo a nivel nacional, incluso a nivel internacional.

En síntesis es una investigación innovadora y pionera en su campo, de la que se podrán obtener información importante con la cual se puede realizar un mejor manejo económico y de comercialización con tendencias a mejorar un mercado y sus canales de comercialización, aspecto que puede mejorar la condición de vida de muchas familias dedicadas a este arte milenario que es la elaboración de una buena chicha sana y de calidad. Desde un enfoque económico la presente investigación adquiere significancia por tocar temas como los costos de producción, los que son de importancia al momento de iniciar una empresa, tomando en cuenta un producto que va ser destinado a un mercado, en el cual se contemplan aspectos de comercialización (precio de venta y circuitos de comercialización) y mercadeo (destino del producto).

La presente de investigación tiene el propósito de contribuir en el mejoramiento de la calidad y competitividad económica y sociocultural de la cadena productiva tradicional (proceso de producción, elaboración, control de calidad, distribución y comercialización) de la elaboración de la chicha de maíz para beneficiar a las familias campesinas y los municipios, mejorando la calidad de vida de los mismos.

El área de estudio comprendió las comunidades campesinas de los municipios de Cliza, Punata, Arbieta, Sipe Sipe, Tapacari e Independencia del departamento de Cochabamba, Bolivia.

El trabajo se desarrolló con la colaboración del centro de Investigación y Formación de la Universidad Mayor de San Simón: AGROECOLOGIA UNIVERSIDAD COCHABAMBA (AGRUCO), DEPARTAMENTO DE DESARROLLO RURAL Y DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS AGRICOLAS Y PECUARIAS (FCAyP), PROGRAMA DE ALIMENTOS (PAPN) Y LA CARRERA DE SOCIOLOGIA; aspecto que favorece el análisis e interpretación de los temas de investigación en forma integral y con bastante amplitud y profundidad.

Es necesario mencionar que el presupuesto económico total requerido para los dos años que durará el proyecto corresponde a un financiamiento de la Cooperación Sueca para el Desarrollo (ASDI - SAREC) con aportes de AGRUCO/PAPN y la UMSS y el apoyo administrativo de la DICyT – UMSS.

## **1.1. ANTECEDENTES.**

### 1.1. 1 Origen y clasificación taxonómica

Según MONTAÑO (2005) “el maíz es un cultivo muy remoto de unos 7000 años de antigüedad, de origen indio que se cultivaba por las zonas de México y América central. Hoy día su cultivo está muy difundido por todo el resto de países y en especial en toda Europa donde ocupa una posición muy elevada. EEUU es otro de los países que destaca por su alta concentración en el cultivo de maíz. Muchos fueron los estudios realizados orientados a determinar el verdadero centro de origen del maíz el cual no está muy claro pero se considera que pertenece a un cultivo de la zona de México, pues sus hallazgos más antiguos se encontraron allí”.

Varias son las teorías e investigaciones que sugieren un posible acertado origen del maíz, según HAMPLT (2000) “la expansión surgió cuando colón descubrió el maíz en el Nuevo Mundo en 1492 y lo trajo al volver a España, desde donde se extendió por toda Europa, y al norte de África, Oriente Próximo, India y China. El maíz (conocido como *Zea mays*) constituye el único cereal de origen americano que se ha convertido en uno de los cultivos principales en regiones tropicales y subtropicales de todo el mundo. El aumento del uso del maíz como alimento básico se debió a su mayor rendimiento por hectárea en comparación con el trigo, el centeno y la cebada. Gracias a su bajo precio, se convirtió en el alimento principal y la fuente central de energía y proteínas para la gente pobre, especialmente en las zonas rurales y los sectores menos favorecidos de la sociedad”.

Según MENESES (1998) “al propagarse el cultivo del grano en el continente, el maíz llega a convertirse en un elemento aglutinador, factor de transformación social. El desarrollo e incremento de su producción permitió un rápido avance en la organización socioeconómica”.

El mismo autor afirma que “también se atribuyó al maíz cualidades mágico-religiosas. Los hechiceros y sacerdotes lo usaban en sus ritos y ceremonias.

Según CUETO (1997) “para muchos autores el nivel cultural de estas civilizaciones no se hubiera alcanzado sin el maíz, ya que desempeñaba un papel predominante en las creencias y ceremonias religiosas como elemento decorativo de cerámicas, tumbas, templos y esculturas, siendo además motivo de leyendas, y tradiciones que resaltan la importancia económica, agrícola y social de su cultivo. El maíz era considerado casi como un Dios, rindiéndole culto y siendo objeto del folklore y ritos religiosos”.

Tomando en cuenta los antecedentes descritos los cuales provocaron un interés particular en investigar las características de tan peculiar producto de la

naturaleza, condujo a muchos científicos y estudiosos a descubrir aspectos importantes, llegando a identificar variedades y a establecer una clasificación del maíz descrita de la siguiente manera:

Nombre común: Maíz

Nombre científico: *Zea mays*

Familia: Gramíneas

Género: *Zea*

Como ya se ha descrito, el maíz juega un papel preponderante dentro del desarrollo de las culturas y sus sociedades, considerándose alimento de primera necesidad y mediador de actividades religiosas, sociales, económicas; las que son importantes de mencionar para poder comprender desde de un punto de vista socioeconómico y cultural el uso del maíz y sus subproductos, en este caso la chicha.

#### 1.1.2. Importancia socioeconómica y cultural del maíz en Bolivia.

Según MENDIETA (1996) “la importancia socioeconómica del maíz radica fundamentalmente en ser uno de los alimentos básicos de la canasta familiar y de la seguridad alimentaria de gran parte de la población rural indígena y de los sectores populares urbanos principalmente del occidente del país”.

Lecoq en la revistas del Museo Nacional de Etnografía y folklore (1988) citado por el mismo autor. “indica que los viajes de intercambio inter ecológico, son una principal característica del mundo andino. La economía de ciertas poblaciones de la puna, especialmente basada en la crianza de animales domésticos y la ausencia en su ecozona, de ciertos productos de otros pisos ecológicos, en parte podría encontrarse en la base de los intercambios

trasladandose[...] para acceder a productos indispensables como el maíz, el pimentón, la madera y la coca”.



Foto 1. Trueque de diferentes productos en la feria. (Tapacari – pueblo).

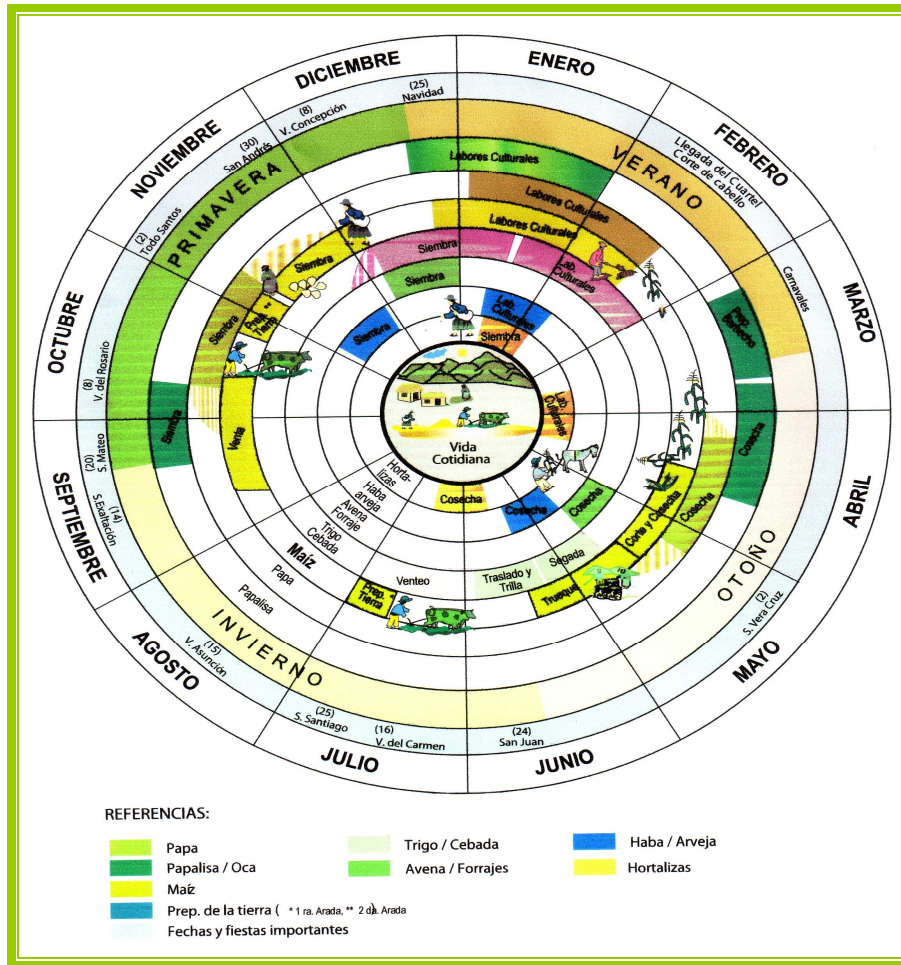
La comercialización del maíz que se lleva a cabo en las diferentes ferias importantes tanto del valle alto como del valle bajo, es un canal dinamizador de relaciones de intercambio socioeconómico, posibilitando el flujo de maíz a diferentes zonas y departamentos del país, formándose una red de economía campesina simple, sin muchos intermediarios, en los que el campesino es participe en la cadena de procesos que se suscitan con dicha actividad.

Si bien es importante el movimiento socioeconómico que genera el maíz como producto de primera necesidad alimenticia, no hay que olvidarse que los subproductos que se obtienen del mismo son esenciales para que se genere todo este moviendo, tal es el caso de la chicha, bebida que se obtiene por fermentación del maíz y que es un aspecto importante en el diario vivir de los campesinos y del área rural.

MENDIETA (1996) sostiene “a nivel general del país, considerando la población total como la producción nacional en grano, y considerando que de esta producción, más o menos el 60% esta destinado para consumo animal y el 40% esta destinado para consumo humano; esto significa que aproximadamente el consumo per cápita nacional de maíz es de 24.4 Kg por habitante. Pero cabe aclarar, que para el área rural y zonas tradicionales de producción, donde el maíz es alimento básico, el consumo per cápita es mucho mayor a la cifra señalada”

Un aspecto a resaltar y que esta inmerso en la cultura boliviana, son las actividades que se realizan tomando en cuenta el calendario agrícola, en el que se resaltan actividades religiosas ligadas al consumo de chicha en labores agrícolas tales como las siembra, labores culturales, cosecha, etc; siendo los cultivos mas representativos según las regiones el maíz, la papa, trigo, etc; motivo por el que el consumo e importancia son significativos.

Figura 1. Calendario agrícola festivo en la agricultura tradicional.



Fuente: AGRUCO. 2003

Según MENDIETA (1996) “actualmente en Bolivia, las zonas tradicionales de cultivo son los valles y cabecera de valle y los pequeños microclimas en el altiplano, identificados con el consumo masivo de variedades de maíz del tipo blando para consumo humano y el uso especializado de variedades de maíz del tipo duro destinado a la alimentación animal”.

**Foto 2. Comercialización del maíz (Feria de Cliza)**



**Foto 3. Comercialización del maíz (Feria de Punata)**



## **1.2. OBJETIVOS**

Objetivo General.

- Determinar, analizar y sistematizar la actividad económica enfocado hacia los costos de producción y los canales de comercialización en la cadena de producción de chicha de maíz (*Zea mays*) en los municipios de Punata, Cliza, Arbieto, Sipe Sipe, Tapacari e Independencia en el departamento de Cochabamba.

Objetivos Específicos.

- Determinar, identificar y describir los eslabones en la cadena de producción de chicha de maíz.
- Analizar comparativamente los costos de producción en el proceso de elaboración de la chicha de maíz (*Zea mays*).
- Cuantificar los ingresos económicos obtenidos en el proceso de elaboración de chicha tradicional de maíz y sus subproductos a nivel familiar e industrial.
- Identificar y analizar los flujos y canales de comercialización de chicha en los seis municipios donde se lleva a cabo el estudio, tomando en cuenta los aspectos económicos y sociales.
- Describir las características socioeconómicas y culturales en los seis municipios de estudio en torno a las actividades que se generan a partir de la chicha.

## **1.3. HIPOTESIS.**

- Por medio de la determinación de la cadena, los ingresos obtenidos en la elaboración de chicha de maíz responde a las necesidades básicas de los productores de chicha, cubriendo sus costos de producción y beneficio por la elaboración de la misma.
- La cadena identificada en la elaboración de chicha es eficiente en los municipios estudiados, consiguiendo un equilibrio lógico entre agentes participantes de las mismas y los consumidores, no existiendo eslabones que generen dificultades en el circuito y flujo de servicios y ganancias.

## **II. MARCO TEORICO**

### **ASPECTOS GENERALES DE LA CHICHA.**

. Historia y origen de la chicha.

Según MORALES (2001) “chicha (”aqha” en quechua, “k’usa” en aymara) es una palabra antillana, importada por los invasores. En el mundo andino es una bebida fermentada que aún se consume mucho en el Perú y Bolivia rural, hecha de maíz, aunque también se ha utilizado oca, yuca, maní, mulli (molle, pimienta rosada, Schinus molle) y otros. El origen de la chicha es difícil de ubicar en el tiempo, pero podemos suponer que por lo menos ya se le consumía en Arica en hace más de 1.500 años, a juzgar por los vasos ceremoniales de los cabuza. Los cabuzas provenían del altiplano y seguramente, como en todas partes del mundo, el proceso de la fermentación alcohólica se descubrió allí muy tempranamente. Aunque seguramente los cabuza bebían chicha de maíz cuando salieron del altiplano, en Arica las libaciones se hacían principalmente con chicha de molle, como parece que era la preferencia de los Wari. Esta última parece ser mejor que la de maíz y ha recibido poca atención en la literatura”.

ALBE (2005) indica “pese a que los primeros registros de la palabra chicha se remontan a documentos producidos bastante temprano en el siglo XVI, los etimologistas aún no se han puesto de acuerdo sobre su proveniencia. Lo cierto es que al principio se empleó para designar una bebida fermentada de maíz y posteriormente sirvió para nombrar a la obtenida de cualquier grano”.

Según SAIGNES (1993) “las poblaciones andinas prehispánicas fabricaban la chicha, un género de cerveza o de cidra obtenida por fermentación, después de la masticación de una materia prima, frecuentemente el maíz. “Debajo de este nombre de chicha se comprenden todas las bebidas que usaban los naturales de este nuevo mundo en lugar de vino y que muy frecuentemente se embriagaban”. La chicha fue la bebida ritual de los pobladores indígenas de la América precolombina. Durante siglos, la receta de esta espumosa bebida a base de maíz, altamente nutritiva, fue transmitida de indios a indios y luego a españoles y criollos”.

**Foto 4. Chicha en las sociedades.**



Fuente: [www.mipunto.com/temas/4to\\_trimestre03/chicha.html](http://www.mipunto.com/temas/4to_trimestre03/chicha.html)

## Elaboración de chicha

El sabor de la chicha de maíz varía según el procedimiento de elaboración y los saborizantes utilizados, pero siempre es un líquido opaco, agrisado, ligeramente efervescente, con un bajo contenido alcohólico (2-3%) y abundante almidón. La mejor chicha de maíz es la que se prepara con el procedimiento antiguo: se muele el maíz seco, se humedece y se hacen bolas que las mujeres se echan a la boca y una vez bien mezcladas con saliva las aplanan con la lengua y las dejan secar al sol, resultando un producto intermedio denominado "muk'u". Pero el procedimiento más común utiliza "jora" o "wiñapu", la que es granos de maíz germinado con brotes de unos 5cm, también secado al sol pero no masticado. Para preparar la chicha se muele el muk'u y/o la jora y en una olla grande, se cubre con agua caliente y se revuelve bien. Se deja decantar por una hora, se retira el líquido y se repite el proceso sobre la pasta remanente. El líquido obtenido se deja descansar por 24 horas para que se inicie la fermentación láctica que aporta lo agrio y luego se hierve por tres horas y se le sazona con anís, menta y/u otras especias. Hoy es común agregarle frutillas, resultando en una "frutillada". En época contemporánea se acortó aún más el proceso, saltándose la lactificación e hirviendo directamente la jora molida durante 3 horas, agregando chancaca para que haya más materia prima para la fermentación alcohólica, y malta. La fermentación se produce a los 3-6 días. MORALES (2001)

Este proceso de molienda, hecho a la manera de los aborígenes americanos, lo describe el milanés Girolamo Benzoni, quien supuestamente estuvo en estas tierras en el siglo XVI: "Las mujeres encargadas de hacer esta bebida, toman un poco de maíz, lo ablandan en una olla, y se lo pasan a otras que tienen la tarea de masticarlo poco a poco y escupirlo con fuerza, como tosiendo. Luego, lo colocan en la jarra con el resto de la mezcla; de no hacerlo así, este vino o bebida no tendría ninguna fuerza. Por último, lo

hierven por un lapso de tres o cuatro horas, lo dejan enfriar y lo cuelan con un paño. Sale tan perfecto que embriaga como si fuese verdadero vino". Este menester, según algunos cronistas, se dejaba a las ancianas. ALBE (2005).

Hoy en días muchas de las actividades ancestrales tales como el muk'ú<sup>1</sup> han dejado de practicarse por ciertos criterios de higiene y minimizar el tiempo en el preparado de la chicha, en muchos casos se han registrado modificaciones tal es el caso del uso de maquinarias para el trabajo manual que se realizaba, un ejemplo es el uso de bombas para el traslado del upi<sup>2</sup> y hasta el uso de gas industrial para el hervido de los componente de la chicha, corroborando la información por medio del sondeo que se realizo en los seis municipio y el trabajo de campo efectuado en el transcurso de la investigación.

### 2.1.3. Consumo de chicha.

La chicha de harina salivada se empezó a abandonar durante el Período Inca a fin de aumentar la producción, pues era ofrecida como regalo o premio y utilizada como "moneda" para el intercambio comercial y era y es consumida abundantemente durante las festividades (magnas borracheras). En todas las casas había chicha como la única bebida disponible y se le tomaba para calmar la sed pues no se consumía agua pura, y después de las comidas "para mantenerse sano y vigoroso". Se bebía en keros o en "tutumas" (recipiente hecho con una pequeña calabaza). Con la llegada de los españoles la iglesia la prohibió y desaparecieron las grandes plantas procesadoras que estaban a cargo de las "aqllakuna" (mujeres elegidas, encerradas en una especie de convento, "aqllawasi", a la espera de ser entregadas como regalo a algún

---

<sup>1</sup> Muk'ú.- Proceso de mezclado por ensalivado de la harina de maíz, formando pequeños bolos, los cuales se hacían secar al sol, actividad ancestral ya desaparecida.

<sup>2</sup> Upi.- Líquido de color lechoso que se obtiene por proceso de decantación por la mezcla de la harina de maíz pregerminado y agua tibia, elemento importante para la elaboración de chicha.

personaje importante) pero siguió preparándose en forma doméstica. MORALES (2001).

Según SAIGNES (1993) “primero los líquidos fermentados (a menudo aumentados de sustancias sociactivas) poseen propiedades nutritivas en vitaminas y minerales que les otorgaba la virtud máxima de calor y fuerza. En tanto que la chicha de maíz germinado (sora) signifique energía no nos extrañe ver como los eslabones y sus élites (en particular la dinastía Inca) hayan buscado monopolizar sus producción y seleccionando las cualidades mas rara para su propio uso. En consecuencia en una coyuntura histórica dada el uso colectivo de ciertas sustancias socioactivas traduce una serie de cambios en las pautas de trabajo (como el paso de las chacras a las minas o a la guerra)”.

El mismo autor atribuye “las cualidades y los subproductos que se obtienen del maíz son diversos y con distinta connotación cultural y social; en nuestro caso la chicha presenta propiedades especiales desde el punto nutricional hasta en el aspecto medicinal. La chicha ligera era usada como medicamento. “Toda suerte de chicha de maíz, bebida aprovechada contra el mal y detención de la orina, contra las arenas y piedras en los riñones y vejiga; a cuya causa los indios, así mozos como viejos, se hallan estas enfermedades, por el uso que tiene beber chicha”.

En el párrafo citado anteriormente, se argumenta el consumo de chicha atribuyendo un sin fin de cualidades nutricionales, medicinales, etc, a dicha bebida, teniendo en cuenta que este conocimiento o saber local de campesinos de los valles y altiplano a trascendido de generación en generación, no obstante cabe mencionar que por percepciones erróneas, el consumo de chicha en el área urbana es catalogado como denigrante y de acesión solo para campesinos, pero no así en la zona rural, ya que es considerada un vinculo sociabilizador y generador de relaciones de reciprocidad.

Según MORALES (2001) “hoy en los pueblos peruanos y bolivianos es un trago más, consumido para embriagarse en las chicherías, pero en algunas partes aún se conservan sus usos ancestrales. Además se utiliza como un componente optativo en algunos platos tradicionales”.

#### 2.1.4. Comercialización y Chicherías.

A inicios de la república las chicherías eran una institución respetable que ocupa su lugar al lado de otras instituciones no menos respetables. Franqueados por los símbolos del poder mundano (Prefecturas y Consejo Municipal) y el divino (Catedral), las chicherías ocupaban el mismísimo corazón de la ciudad, la plaza principal y sus calles adyacentes. RODRIGUES – SOLARES (1990).

Según SOLARES (1992) “Durante el siglo XIX y hasta 1952 por lo menos, las chicherías cumplieron un importante rol en la constitución y desarrollo del mercado interno regional, posibilitando que el comercio de granos en gran proporción fuera controlado por los sectores populares, lo que sin duda contribuyó a debilitar el poder hacendal. Al margen de ello, la chichería en sí, se constituyó en una alternativa de ruptura con la rígida estructura social de élites y de castas de la sociedad oligárquica”.

El mismo autor atribuye que “el expendio de chicha, particularmente después de la reforma agraria paso a ser el negocio mas rentable de los pueblos del valle por las connotaciones anotadas y por la expansión de la ferias incrementando la demanda del licor. La chicha tenía el valor de una mercancía y se la empleaba como equivalente monetario en muchas transacciones e incluso se practicaba ampliamente el trueque de chicha por diversos productos agrícolas”

Hoy en día este fenómeno no ha cambiado significativamente, es mas podemos afirmar que se ha diversificado y que es una forma de vida para muchas personas que se dedican a la elaboración y comercialización de la chicha, en muchos casos es la única fuente laboral y de ingresos con la que cuentan, de acuerdo al sondeo realizado y al proceso de investigación realizado podemos decir que la comercialización de chicha en los seis municipios tiene un comportamiento diferente, esto se atribuye por el tipo de producción que tienen y la accesibilidad del insumo principal el maíz, pero esto no es una limitación para los alcances que ha logrado la distribución de chicha, cubriendo municipios enteros y las principales ferias tanto comunales como municipales, tal es el caso de la chicha que se comercializa de Cliza y Punata.

Las chicherias juegan un rol determinante en el diario vivir de los campesinos ya que son espacios de sociabilización y de intercambio, no solo de productos, si no de relaciones sociales y de formas de vida, acudiendo a las mismas diferentes tipos de personas, cabe mencionar que aun se mantiene una diferenciación de espacios tanto para k'aras<sup>3</sup> y campesinos, tal es el caso del municipio de Independencia<sup>4</sup>.

No se puede pensar que el consumidor y la comercialización van separados, es mas el que determina aspectos de calidad, afluencia a chicherias, etc es el consumidor, por lo que es un componen importante al momento de determinar la cadena, la cual se detallara posteriormente.

---

<sup>3</sup> K'aras.- Denominación en quechua asignada a personas de tez blanca.

<sup>4</sup> El tema de la diferenciación de espacios y afluencia del tipo de personas a las chicharras caso del municipio de Independencia se detalla en la tesis de maestría “Concepcion local del uso y consumo de la chicha y su valor simbólico: Caso Independencia – Ayopaya y Arbieto – Esteban Arze, departamentro de Cochabamba” elaborada por la Lic. en sociología María del Carmen Soto quien forma parte del grupo de investigadores del proyecto “Mejoramiento de la calidad y competitividad económica y socio-cultural de la chicha tradicional de maíz (*Zea mays*)”.

**Foto 5. Consumo de chicha y Chicherias.**



## **2.2. ASPECTOS GENERALES DEL ENFOQUE DE CADENAS.**

### **2.2.1. Concepto**

Según DAMIEN – CAMACHO (2004) “bajo un sentido económico, la cadena esta compuesta por una serie de eslabones que se encuentran en interacción orientado hacia el estudio de determinado producto, haciendo participes a agentes importantes en el flujo o circuito de la misma; estas pueden tener diferentes connotaciones o bien pueden ser categorizadas de acuerdo al tipo de producto que se estudia o identifica. Las cadenas no son

estructuras que se construyen desde el estado, existen desde hace ya mucho tiempo y siempre existirán. El análisis de cadenas es solo una herramienta de análisis que permite identificar los principales puntos críticos que frenan la competitividad de un producto”.

#### 2.2.2. Tipos de cadenas.

Según DAMIEN – CAMACHO (2004) atribuyen los siguientes tipos de enfoques de cadenas:

- Cadena Agroalimentaria.
- Cadena de Valor
- Cadena Global de Mercancías.

Por el tipo de investigación a realizar se tomarán en cuenta los elementos de las siguientes cadenas, en el entendido de determinar cual de ellas se aproxima al tema de estudio, proponiendo una de ellas de acuerdo al contexto de estudio tomando en cuenta aspectos sociales, culturales, económicos y rituales.

##### 2.2.2.1. Cadena Agroalimentaria.

Según MONTAÑO (2005) “la base conceptual de la cadena agroalimentaria (CAA), se presta a confusión. En primera instancia es posible definir el término Cadena Agroalimentaria como el proceso que sufre un producto agrícola, pecuario, forestal o pesquero a través de las actividades de producción, transformación e intercambio hasta llegar al producto final”.

DUREFLE (1993) citado por MONTAÑO (2005) propone que “la Cadena de Producción Agropecuaria puede ser entendida como “el

conjunto de agentes (o fracciones de agentes) económicos que contribuyen directamente a la producción, procesamiento y distribución, hasta el mercado de consumo, de un producto agrícola (o ganadero). La cadena describe la sucesión de operaciones de diversos niveles de procesamiento/valorización, en uno o varios productos acabados a nivel del consumidor”.

El mismo autor afirma que “en otros términos, una cadena esta conformada por una sucesión de agentes, una sucesión de operaciones (sucesión de transformaciones), y por lo tanto, de una sucesión de mercados, lo que implica flujos básicos y monetarios”.

Tomando en cuenta el concepto descrito anteriormente, el enfoque de Cadena Agroalimentaria presenta factores a considerar en la que se puede adecuar la actividad de producción de chicha, atribuyendo la transformación de un producto agrícola como el maíz, motivo por el cual se toma en cuenta a mencionado enfoque. Resaltar la participación del productor en cada una de las etapas o eslabones, convirtiéndolo en un componente dinamizador en la cadena, no obstante es importante mencionar que quedan aspectos socioculturales no contemplados dentro del enfoque ya mencionado, mismos que son relevantes para una mejor concepción y análisis de la actividad de producción de chicha de maíz.

#### 2.2.2.2 Cadena de Valor

Relación estratégica entre organizaciones independientes quienes reconocen su mutua interdependencia, están dispuestas a colaborar para identificar objetivos estratégicos, están dispuestas a compartir riesgos y beneficios e invertir tiempo, energía y recursos en la relación. MONTAÑO (2005.)

#### 2.2.2.2.1 Enfoque de la Cadena de Valor:

Se caracteriza por abarcar el ciclo de producción completo incluyendo la competitividad dominante en los mercados finales. Este enfoque llega a considerar no solo la eficiencia del eslabón de la producción en la cadena, si no que además determina factores que influyen en la participación de los mercados.

En tanto su aplicación a zonas de comunidades rurales, hace que el concepto de cadena de valor preste especial atención a los elementos culturales, sociales y de sustentabilidad. MONTAÑO (2005)

En síntesis:

La competitividad esta relacionada con la promoción de encadenamientos entre proveedores – productores, desarrollo de la agroindustria, de la infraestructura vial y de las comunicaciones, la transparencia de los mercados, además del diseño de políticas de desarrollo de la competitividad. MONTAÑO (2005).

Se considera el enfoque de Cadena de Valor en el entendido de que existe una interdependencia entre eslabones, para el caso de la producción de chicha de maíz se la interdependencia se manifiesta con situaciones de compromisos sociales y familiares, tal es el caso para la adquisición de maíz e incluso la comercialización del producto final (chicha), dicho enfoque abarca el ciclo completo de producción (compra de insumos hasta la comercialización). Se cuentan con aspecto favorables que favorecen al tema de producción de chicha pero a su vez no contempla en su totalidad las relaciones intermedias de reciprocidad y que son determinantes para el procesos de producción.

#### 2.2.2.3 Cadena Global De Mercancías

Según MONTAÑO (2005) “puede definirse como una red funcionalmente integrada de generación de valor, mediante actividades de producción, comercio y servicios internacionales, que se originan en la extracción de materia prima y que a través de distintas fases de transformación intermedias conduce al consumo de un producto final específico”.

El enfoque de Cadena Global de Mercancías esta dirigido a un mercado internacional y que presente una estructuración con tendencias industriales, por lo que se descarta para el caso de producción de chicha, ya que se habla de una producción tradicional y de consumo local y con un alto valor sociocultural.

Tomando en cuenta todas las apreciaciones respectivas a los diferentes tipos de cadenas, de las cuales se pueden rescatar aspectos técnicos y de enfoque importantes para la identificación y formación de la cadena de la elaboración de chicha de maíz, es importante resaltar que el contexto social, cultural y espiritual son elementos de imprescindible importancia que deben contemplarse en la elaboración de la cadena, ya que rigen importantes vínculos de relaciones e idiosincrasia; por lo que el análisis económico debe estar ligado a estos elementos ya mencionados, sin perder el sentido del enfoque Histórico – Cultural – Lógico que se presenta como herramienta primordial de trabajo para la investigación. La cadena agroalimentaria es la que se acerca mas a nuestro tipo de investigación, por los elementos que la componen y teniendo en cuenta que en este caso el elaborador de chicha asume varios roles en lo que respecta el proceso de elaboración y comercialización, paralelamente el enfoque sobre Cadena de Valor brinda aspectos a considerar, por lo que sugiere una sinergia entre ambos enfoques los que se pueden adecuar a la actividad de producción de chicha de maíz

## 2.3. Comercialización

CLARSON (2004) “afirma que la comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. Se da en dos planos: Micro y Macro. Se utilizan dos definiciones: Microcomercialización y macrocomercialización”.

### 2.3.1. Microcomercialización:

CLARSON (2004) “es la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades (Se aplica igualmente a organizaciones con o sin fines de lucro ). La ganancia es el objetivo de la mayoría de las empresas. Los clientes pueden ser consumidores particulares, firmas comerciales, organizaciones sin fines de lucro. La comercialización debería comenzar a partir de las necesidades potenciales del cliente, no del proceso de producción (La comercialización no lo hace todo ella sola)”.

### 2.3.2. Macrocomercialización:

CLARSON (2004) “afirma que es proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad. No obstante, el énfasis de la comercialización no recae sobre las actividades de las organizaciones individuales. Por el contrario, el acento se pone sobre como funciona todo el sistema comercial. Esto incluye la observación de como influye la comercialización en la sociedad y viceversa (toda sociedad necesita un sistema económico)”.

Todos los sistemas económicos deben elaborar algún método para decidir qué y cuánto debe producirse y distribuirse y por quién, cuándo y para

quién. La manera de tomar esas decisiones puede variar de una nación a otra. Pero los macroobjetivos son básicamente similares: crear bienes y servicios y ponerlos al alcance en el momento y en el lugar donde se necesiten, con el fin de mantener o mejorar el nivel de vida de cada nación.

En las economías planeadas, los planificadores estatales deciden qué y cuánto producir y distribuir, quién debe hacerlo, cuándo y para quiénes. Los precios son fijados por planificadores oficiales y tienden a ser muy rígidos, y no a cambiar según la oferta y la demanda. El planeamiento estatal funcionara bien en tanto la economía sea sencilla, y pequeña la variedad de bienes y servicios. En una economía de mercado, las decisiones individuales de los muchos productores y consumidores forman las macrodecisiones para toda la economía. Los consumidores deciden qué se debe producir y quién lo debe hacer, a través de sus votos en dinero.

Por efectos de estudio se contemplara la micro comercialización, por las características que conlleva y por que se toman estudios de caso (productores de chicha) para el análisis, aclarando que los aspectos socioculturales y espirituales son trascendentales en la investigación, delimitando los espacios y la interrelación con los las actividades económicas.

Según Paredes (1994), los costos de venta o comercialización incluyen una parte fija y otra variable. La parte fija o indirecta está relacionada con los sueldos del personal que tendrá a su cargo, la venta del producto, así como los gastos de oficina.

La parte variable o directa corresponde a los gastos efectuados en la distribución del producto (transporte, publicidad, distribución, gastos de despacho, etc.)

## 2.4. Mercado

CLARSON (2004) afirma que la “palabra marketing (comercialización) proviene del vocablo inglés market (mercado) que representa un grupo de vendedores y compradores deseosos de intercambiar bienes y/o servicios por algo de valor. Un mercado es un grupo de clientes en potencia con necesidades semejantes y vendedores que ofrecen varios productos, es decir, formas de satisfacer aquellas necesidades. Los gerentes orientados al mercado elaboran mezclas comerciales para mercados metas específicos. Los gerentes orientados a la producción, ven un mercado masivo de clientes muy parecidos. Lograr que la firma ponga su atención en mercados metas específicos es vital.”

Dos tipos básicos de mercados:

El mercado genérico es aquel que comprende necesidades en general semejantes, y vendedores que ofrecen varios medios a menudo diversos para satisfacerlas. Por el contrario el producto-mercado es aquel con necesidades muy similares y vendedores que ofrecen varias formas estrechamente substitutivas para llenar esas necesidades.

Los vendedores de mercado genérico, compuesto por los compradores de ese prestigio, tienen que poner su mira en las necesidades que los clientes desean ver satisfechas, y no en cómo el producto de un vendedor es mejor que el de otro.

Los mercados centrales con lugares adecuados donde compradores y vendedores pueden reunirse frente a frente para intercambiar bienes y servicios. Los mercados centrales facilitan el intercambio”

Según TORREZ (20006) “Se define simplemente mercancía como "aquello que se puede vender o comprar". Tratando de analizar el término con mayor profundidad, debe tenerse en cuenta que el concepto de mercancía implica que esta es a su vez intercambiable por otra cosa, lo que supone que

reconocer a algo como mercancía supone a su vez reconocer a todos los objetos como mercancías a su vez, dado su valor de cambiabilidad, y exigiendo de esta forma la creación de un sistema global. Por tanto, la mercancía supone cambiabilidad, y los objetos en principio son cambiables pese a ser distintos”.

Según MARX (1867) citado por TORREZ (2006), “El valor de una mercancía se cuantifica no por su utilidad o valor de uso, sino por el esfuerzo requerido en su producción, para lo cual se tiene en cuenta el trabajo humano abstracto requerido para desarrollarla. El valor no se puede definir como físico, sino que está detrás de las relaciones de cambio, es una objetividad "no-cósica". La substancia de valor, pues, está reconocida solamente en nuestro análisis de las cosas, pues somos nosotros y no el sistema los que hemos identificado alguna cosa común”.

Para la investigación el mercado es un destino importante para la producción de chicha, en este entendido, se contemplara el mercado o las formas de donde se obtienen insumos para la elaboración y el destino de la producción final, siendo un componente indispensable a la hora de analizar el comportamiento del enfoque de cadena y los futuros alcances.

No hay que perder de vista que la actividad de producción de la chicha esta inmersa en el diario vivir de familias campesinas y el que es un sustento económico, tomando en cuenta que dicha actividad se basa en una economía campesina simple.

## 2.5. Economía Campesina.

Según CAMPOS (2006) “La economía campesina es una forma de producción familiar que utiliza productivamente el conjunto de la fuerza de trabajo doméstica y los recursos naturales, sociales y financieros, para garantizar, tanto la subsistencia de la unidad familiar, como también el mejoramiento de su calidad de vida.

Como expresa el párrafo anterior el conjunto de la fuerza de trabajo familiar, los recursos naturales disponibles, aspectos sociales y económicos hacen una economía campesina la que se adecua a cubrir las necesidades del campesino, hay que tomar en cuenta que en el contexto de las comunidades y los municipios de nuestro país esta economía esta ligada a la reciprocidad entre miembros de una comunidad, actividades como el ayni y la minka son aportes importantes que no son considerados a detalle dentro del concepto global sobre economía campesina ni la cosmovisión de las mismas y las que generan retribuciones importante en el núcleo socioeconómico del campesino. La producción de chicha esta inmersa en lo que es la economía del campesino ya que es un producto que se obtiene de la transformación de un insumo agrícola que es el maíz, tomando en cuenta que dicha actividad demanda mano de obra familiar, por lo que se considera una actividad económica.

Según CAMPOS (2006) “La economía campesina tiene una lógica y organización interna que interrelaciona la tierra disponible con los demás medios de producción y la disponibilidad de la fuerza de trabajo familiar, con las necesidades de subsistencia de la familia y de equilibrar estos factores según su articulación con la dinámica del conjunto de la economía y la existencia de cadenas y circuitos productivos y demográficos. El objetivo principal de economía campesina es el bienestar de las familias y dentro la “utilidad marginal” se impone sólo como mecanismo de equilibrio entre los factores internos”.

Tomando en cuenta la realidad de las familias campesinas dentro del contexto donde se lleva a cabo la investigación, como manifiesta en el párrafo anterior, la lógica del uso de los recursos para el campesino boliviano es de forma simple, aprovechando de forma sostenible y sustentable el acceso a la tierra y de la mano de obra que en este caso es el núcleo familiar como tal o en su defecto formas de reciprocidad como el ayni y minka. Como resultado de esta forma simple de aprovechamiento de sus recursos es que se desarrollan circuitos de intercambio de bienes y servicios empleando mecanismos económicos de intercambio o bien en algunos casos y con tendencia a

desaparecer el trueque, actividades en las que existen aspectos invisibles dentro del concepto de una economía convencional, a que nos referimos, al hecho de contar con relacionamientos sociales y familiares importantes dentro el desarrollo de dichas actividades (compadrazgos, etc) tal es el caso en el proceso de elaboración de chicha, en la que en muchos casos acceden a insumos tales como el maíz por medio de conocidos, compadres o familiares, de la misma forma para la comercialización de chicha en las ocasiones que se requerían.

Según KERVYN (1987) “La existencia, entonces de la economía campesina, esta ligada a un modelo o fase de desarrollo capitalista pendiente y socialmente desarticulado”

Para nuestro medio se observa que la economía campesina esta inmersa dentro de algunos de los parámetros dentro del capitalismo pero a su vez no contempla aspectos sociales relevantes como los ya mencionados, además no se toma en cuenta los contextos donde se desarrolla y los productos que se ofertan, aislándose y tomando en cuenta solo las necesidades básicas del campesino.

Según KERVYN (1987) “Un primer enfoque consiste en explicar la persistencia de la economía campesina por su funcionalidad con respecto al sistema dominante: en los países del tercer mundo el capitalismo para desarrollarse, necesita de mano de obra y de alimentos baratos que le proporciona la agricultura campesina. Esta es pobre por que es explotada y el sector capitalista crece en base a esta explotación. Un segundo enfoque parte de la teoría de Chayanov: la economía campesina posee su propia lógica de producción, distinta a la lógica capitalista (busca la reproducción del patrimonio familiar), y sus características le permiten “resistir” a la penetración de las relaciones de producción capitalista en el campo: por ejemplo una de las funciones económicas de la comunidad es proteger a sus miembros contra los mecanismo de mercado. Así la economía campesina subsiste porque 1) compite exitosamente con la agricultura capitalista (allá donde la competencia se da) gracias a la posibilidad que tiene de autoexplotarse, es decir que constituye formas de producción no capitalistas (lo que a

dado origen a la teoría de la “producción mercantil simple”; 2) ocupa espacios marginales donde la producción capitalista no penetra por falta de rentabilidad”

Tomando en cuenta ambos enfoques los que no están muy lejos de la realidad que se palpa dentro del diario vivir del campesino boliviano, destacando dos premisas importantes, el capitalismo no puede desarrollarse sin contemplar materia y mano de obra barata, la misma que se obtiene del sector campesino, sin olvidar que Bolivia es un país netamente agrícola. La capacidad de autoexplotarse y de abarcar sectores donde la economía capitalista no penetra por falta de rentabilidad, hace que la economía campesina conserve sus espacios de acción, generando una dinámica económica que rompen los convencionalismos y de la se ha escrito muy poco. Dentro de lo que respecta a la actividad de producción de chicha la cual se considera un resultado de una economía campesina sencilla, pero la que a su vez presenta ciertos aspectos de la economía capitalista y mercantilista convencional. No obstante es necesario mencionar que un aspecto importante y el que es invisible ante los ojos de la economía.<sup>2</sup>

### **III METODOLOGÍA**

#### **3.1 ASPECTOS GENERALES SOBRE COSTOS**

##### **3.1.1. Concepto de Costos.**

Según CLARSON (2004) afirma que “en este estudio se pretende analizar las decisiones fundamentales que tiene que hacer una empresa bajo condiciones de competencia perfecta, para lograr el objetivo de producir con la máxima eficacia económica posible, para lograr el nivel de producción de máxima eficacia económica y máxima ganancia.

Hay que tomar en consideración que la ganancia total de una empresa depende de la relación entre los costos de producción y el ingreso total alcanzado. El precio de venta del producto determinará los ingresos de la

empresa. Por lo tanto, los costos e ingresos resultan ser dos elementos fundamentales para decidir el nivel de producción de máxima ganancia.

Por otra parte, la organización de una empresa para lograr producir tiene necesariamente que incurrir en una serie de gastos, directa o indirectamente, relacionados con el proceso productivo, en cuanto a la movilización de los factores de producción tierra, capital y trabajo. La planta, el equipo de producción, la materia prima y los empleados de todos los tipos (asalariados y ejecutivos), componen los elementos fundamentales del costo de producción de una empresa.

De esta manera, el nivel de producción de máxima eficacia económica que es en última instancia el fin que persigue todo empresario, dependerá del uso de los factores de producción dentro de los límites de la capacidad productiva de la empresa.

Según Paredes (1994), “Los costos son valores de los recursos materiales, humanos y financieros que el proyecto utiliza para sus diferentes fases: estudios, producción o comercialización de los bienes o servicios producidos.”

Si bien se presenta como un concepto pre establecido, siguiendo los lineamientos de una economía mercantilista y globalizada, en la que la premisa es generar mayor riqueza, dejando de lado las relaciones de trabajo, sociales y culturales que son el eje central dentro de nuestra cultura, por lo que alguna terminología solo servirá de referencia, ya que nuestra investigación involucra a campesinos elaboradores de chicha, y al análisis de sus ingresos por dicha actividad y no así la ganancia, ya que de por medio existen relaciones de reciprocidad que determinan un comportamiento social. Lo que se pretende es encontrar una sinergia entre los enfoques citados y la realidad de vida de los municipios participes de la investigación.

### 3.1.2 Componentes del Costo.

Según CLARSON (2004) “el costo de producción de una empresa puede subdividirse en los siguientes elementos: alquileres, salarios y jornales, la depreciación de los bienes de capital (maquinaria y equipo, etc.), el costo de la materia prima, los intereses sobre el capital de operaciones, seguros, contribuciones y otros gastos misceláneos. Los diferentes tipos de costos pueden agruparse en dos categorías: costos fijos y costos variables.

#### 3.1.2.1 Costos fijos.

Según CLARSON (2004) “los costos fijos son aquellos en que necesariamente tiene que incurrir la empresa al iniciar sus operaciones. Se definen como costos porque en el plazo corto e intermedio se mantienen constantes a los diferentes niveles de producción. Como ejemplo de estos costos fijos se identifican los salarios, los alquileres, los intereses, la depreciación de la maquinaria y el equipo y las contribuciones sobre la propiedad”.

El costo fijo total se mantendrá constante a los diferentes niveles de producción mientras la empresa se desenvuelva dentro de los límites de su capacidad productiva inicial. La empresa comienza las operaciones con una capacidad productiva que estará determinada por la planta, el equipo, la maquinaria inicial y el factor gerencial. Estos son los elementos esenciales de los costos fijos al comienzo de las operaciones.

Hay que dejar claro, que los costos fijos pueden llegar a aumentar, obviamente si la empresa decide aumentar su capacidad productiva, cosa que normalmente se logra a largo plazo, por esta razón, el concepto costo fijo debe entenderse en términos de aquellos costos que se mantienen constantes dentro de un período de tiempo relativamente corto.

Según FONTAINE (1992) “los costos fijos (CF) están relacionados directa y proporcionalmente con el volumen de producción siempre y cuando no existan variaciones de los precios de insumos y productos.

Para el caso de la elaboración de chicha se tienen los siguientes costos fijos en general, los mismos pueden variar de acuerdo a la infraestructura que dispone y el tipo de producción que realiza el elaborador:

- Mano de obra permanente.
- Paila<sup>5</sup> de cobre y/o plancha.
- Wirkis.
- P’uños<sup>6</sup>.
- Baldes.
- Tachos.
- Fogón
- Paletas de madera.
- Tutumas.

Según BISHOP (1980), “los costos fijos son aquellos costos que permanecen constantes ante cualquier volumen de producción, vale decir que no dependen de la producción.”

En este caso no se tomaran en cuenta algunos términos técnicos por que el trabajo se realizó esta dirigido a elaboradores de chicha y no así a una empresa en la que pueden adecuarse con mayor facilidad estos

---

<sup>5</sup> Paila.- Implemento similar a un plato de dimensiones mas grandes, el cual puede variar de acuerdo al material, pueden ser de cobre o de plancha de metal, necesario para el hervido de agua y cocción del la chicha.

<sup>6</sup> P’uño:- Recipiente de barro cocido muy parecido a un cántaro pero de cuello angosto, el cual se emplea para la fermentación de la chicha.

términos planteados en la bibliografía, se pretende recatar aspectos importantes para adecuarlos al contexto de la investigación y del proyecto.

### 3.1.2.2. Concepto de Depreciación

Según LOPEZ. B “Es la pérdida o disminución en el valor material o funcional del activo fijo tangible, la cual se debe fundamentalmente al desgaste de la propiedad porque no se ha cubierto con las reparaciones o con los reemplazos adecuados”.

El cálculo es de la siguiente manera:

$$\text{Depreciación} = \text{Valor de Adquisición} / \text{Vida Útil}.$$

#### 3.1.2.2.1. Vida Útil

Según LOPEZ. B “Es la duración que se le asigna a un bien como elemento de provecho para la empresa”.

Las bases utilizadas para la determinación de la vida útil son:

- Tiempo : años
- Capacidad de producción: producción total

La elección de la base dependerá de la característica del bien y del uso que se le dará.

### 3.1.2.3. Costos Variables.

Según CLARSON (2004) “los costos variables son aquellos que varían al variar el volumen de producción. El costo variable total se mueve en la misma dirección del nivel de producción. El costo de la materia prima y el costo de la mano de obra son los elementos más importantes del costo variable.

La decisión de aumentar el nivel de producción significa el uso de más materia prima y más obreros, por lo que el costo variable total tiende a aumentar la producción. Los costos variables son pues, aquellos que varían al variar la producción.

Según BISHOP (1980) “son costos que varían en forma directa con la variación o cambios en los volúmenes de producción”.

FONTAINE (1992) afirma “los (CV) son aquellos que varían con el volumen producido y que se mantienen como un valor constante por unidad producida en forma contable.

Para el caso de la chicha se contemplan los siguientes costos variables, los que están en función del tipo de elaboración y del destino de la misma:

- Maíz.
- Mano de obra ocasional.
- Trigo.
- Leña.
- Azúcar.
- Chancaca.
- Alcohol.
- Sacarina.
- Agua.
- Otros (según el destino de la elaboración).

### 3.1.2.4 Ingresos

#### 3.1.2.4.1 Ingreso bruto (IB)

Denominado también beneficio bruto, en un análisis por hectárea, el (IB) es igual a la suma del rendimiento neto por hectárea multiplicando por el valor que tiene la unidad del producto, en circunstancia del análisis. NAVARRO (1986).

$$\text{Ingreso bruto} = \text{Beneficios} - \text{Costos Variables}$$

#### 3.1.2.5. Ingreso neto (IN)

Denominado también beneficio neto (IN), es el ingreso bruto menos los costos totales. Se calcula substrayendo los costos totales del ingreso bruto (Escobar; Hernández, 1993).

$$\text{Ingreso Neto} = \text{Beneficios} - \text{Costos Totales.}$$

$$\text{Costos Totales} = \text{Costos Variables} + \text{Costos Fijos.}$$

#### 3.1.2.6. Relación Beneficio/Costo

Según PAREDES (1994), “si tomamos los valores actualizados del flujo de beneficios y dividimos por los valores actualizados de los costos hallaremos el valor del coeficiente llamado B/C.

Su expresión matemática es:

$$B/C = \frac{\text{Suma de valores actualizados de beneficios}}{\text{Suma de valores actualizados de costos}}$$

La Relación beneficio/costo (B/C) muestra la cantidad de dinero actualizado que percibirá el proyecto por cada unidad

monetaria invertida. Resulta de dividir los ingresos brutos actualizados (beneficios) entre los costos actualizados, a una tasa de interés vigente en el mercado.

En su aplicación es necesario tener presente los siguientes parámetros de medición:

1. Si la relación B/C es mayor que la unidad, el proyecto es aceptable, porque los beneficios son superiores a los costos.

$$B/C > 1, \text{ entonces existe beneficio}$$

2. Si la relación B/C es menor que la unidad, el proyecto debe rechazarse, ya que no existe beneficios.

$$B/C < 1, \text{ entonces no existe beneficio}$$

3. Si la relación B/C es igual a la unidad, es indiferente llevar adelante el proyecto, porque no hay beneficios ni pérdidas.

$$B/C = 1, \text{ entonces no existe beneficio ni pérdida}$$

### 3.2. Enfoque Metodológico.

La investigación estará enmarcada dentro del enfoque Histórico Cultural Lógico (HCL), teniendo como método general la investigación participativa aplicada al estudio de caso y apoyo con las encuestas a realizar.

El enfoque HCL, permite conocer los principales aspectos e interaccionar las condiciones socioproductivas en torno a las esferas de la vida: Material, Social y Espiritual, a través del diálogo intercultural entre los implicados. (AGRUCO, 1997).

En tal sentido se denomina Investigación Participativa Revalorizadora al proceso metodológico que tiene el rol de generar conocimientos en forma participativa, y/o revalorizar saberes locales desde la perspectiva de los actores sociales locales y externos), para la comprensión de la realidad (vida material, social y espiritual), en un determinado contexto espacio – temporal, encaminado hacia la búsqueda de opciones para el desarrollo rural sostenible. (AGRUCO, 1998).

El estudio de caso, consiste en el acompañamiento dinámico de casos concretos (región, microregión, comunidad, familia). Es un método que permite la profundización de determinadas variables, que están en función a las características de cada investigación y que interactúan en contextos determinados. (AGRUCO 1995).

Para los estudios de caso se siguió las siguientes variables de estudio que se determinaron por medio del sondeo (Agosto – Octubre 2005), aplicable para los seis municipios de estudio:

**TABLA 1. TIPOLOGIA DE PRODUCTORES.**

<b>FAMILIAS PRODUCTORAS DE CHICHA</b>		
<b>Volúmenes de Producción</b>	Grandes Pequeños Medianos	
<b>Destino de la Producción</b>	Comerciales	Venta Externa Venta Interna
	Autoconsumo	
	Reciprocidad	Trueques Acontecimientos sociales
<b>Tecnología Aplicada</b>	Moderna Tradicional	
<b>Frecuencia de Producción</b>	Permanentes Ocasionales	
<b>Predisposición a Colaborar</b>		

Fuente: Proyecto Chicha 2005.

Tomando en cuenta la categorización respectiva se logro identificar a los estudios de caso, primero por los volúmenes de producción, y luego incorporándolas a las demás subcategorías de acuerdo a lo intenso de su actividades. En el caso de Cliza,

Punata y Sipe Sipe se identificaron estudios de caso de productores que realizaban elaboraciones mayores a un puesta<sup>7</sup> y con destino no solo al consumo interno, si no a otros municipios, comunidades, departamento como La Paz, Santa Cruz y Oruro, y países como el Peru, Argentina y en casos excepcionales Estados Unidos, pero este no como exportación directa, si no llevar a cabo las elaboraciones por residentes bolivianos.

La Observación Participante es un método de investigación participante en el cual el observador se involucra en los procesos y eventos que definan la realidad estudiada. (Tapia, 2002).

Para los costos de producción se empleará la observación participante en cada estudio de caso para obtener datos reales de la actividad que desarrollará el productor y también la información de precios de compra y venta de las variedades de maíz existentes en las diferentes ferias de cada municipio.

Tapia (2002), afirma que la entrevista semi estructurada es un formato de preguntas abiertas, no tienen que ser de carácter rígido, si no al contrario deben abrirse al diálogo entre el investigador y el actor local.

Es una técnica más que se empleará para obtener información para establecer los costos de producción en cada uno de los estudios de caso.

La revisión de documentos que respalden la investigación, tales como Programas de Desarrollo Municipal (PDM) y otro tipo de documentación.

---

<sup>7</sup> Puesta.- Designación a una elaboración de chicha completa, también emplean la palabra “viaje” referente a lo ya explicado.

### 3.3. Diseño Metodológico

Se refiere a la manera en la que se llevó a cabo la investigación tomando en cuenta los niveles de análisis y las técnicas metodológicas a emplear para obtener los datos necesarios para cada objetivo específico planteado. La presente investigación esta delimitada a un análisis Cuantitativo y Cualitativo por lo que se realizo la matriz metodológica para poder identificar las técnicas a emplear para la obtención de información necesaria y que este de acuerdo a los objetivos planteados.

#### 1º Objetivo Específico.

Determinar, identificar y describir los eslabones en la cadena de producción de chicha de maíz.

Niveles de Análisis	Variable de análisis	Técnicas metodológicas
<b>Identificación de Eslabones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>* Proveedores de insumos<ul style="list-style-type: none"><li>- Ferias semanales</li><li>- Mayoristas.</li><li>- Minoristas.</li></ul></li><li>* Productores.<ul style="list-style-type: none"><li>- Grandes (&gt; a 1 puesta<sup>2</sup>)</li><li>- Medianos (= a 1 puesta)</li><li>- Pequeños (&lt; a 1 puesta)</li></ul></li><li>* Distribuidores.<ul style="list-style-type: none"><li>- Mayoristas.</li><li>- Minoristas.</li></ul></li><li>* Consumidores.<ul style="list-style-type: none"><li>- Según Origen.</li><li>- Según Sexo.</li><li>- Según Edad.</li><li>- Según Idioma.</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>* Estudios de caso.</li><li>* Entrevistas.</li><li>* Observación participante.</li></ul>

2º Objetivo Específico.

Analizar comparativamente los costos de producción en el proceso de elaboración de la chicha de maíz.

Niveles de Análisis	Variables de análisis	Técnicas metodológicas
<b>Costos de insumos.</b>	* Insumos Primarios: - Maíz. - Leña. - Gas. - Agua. - Azúcar. - Chancaca.	* Estudios de caso. * Observación Participante. * Entrevistas semiestructurada
	* Insumos Secundarios: - Aditivos. - Materiales de apoyo.	
<b>Mano de Obra.</b>	* Mano de obra.	

3º Objetivo Específico.

Cuantificar los ingresos económicos obtenidos en el proceso de elaboración de chicha de maíz y sus subproductos de otra índole.

Niveles de Análisis.	Variables de análisis	Técnicas metodológicas
Ingresos Monetarios	* Producto * Subproductos.	* Estudios de caso.
Ingresos no Monetarios	* Intercambio: - Mano de Obra. - Infraestructura. - Productos agrícolas	* Estudios de caso. * Observación participante.
	* Aspectos Sociales: - Ayni. - Compadrazgos. - Minka.	* Entrevistas. * Observación Participante.
	* Aspectos Culturales: - Rituales y Tradiciones	* Entrevistas.

#### 4° Objetivo Específico.

Identificar y analizar los canales de comercialización de chicha en los seis municipios donde se lleva a cabo el estudio, tomando en cuenta los aspectos económicos y sociales.

<b>Niveles de Análisis.</b>	<b>Variables de análisis</b>	<b>Técnicas metodológicas</b>
Flujos Internos	* Producto * Relaciones mediadoras.	* Estudios de caso. * Entrevistas.
Flujo Externo	* Relaciones mediadoras. * Destino del producto.	* Estudios de caso. * Observación participante. * Entrevistas.

#### 5° Objetivo Específico

Describir las características socioeconómicas y culturales en los seis municipios de estudio en torno a las actividades que se generan a partir de la chicha.

<b>Niveles de Análisis.</b>	<b>Variables de análisis</b>	<b>Técnicas metodológicas</b>
Aspectos Socioeconómicos	* Intercambio de productos * Círculos Sociales.	* Estudios de caso. * Entrevistas.
Aspectos Culturales	* Rituales. * Festividades en general.	* Estudios de caso. * Observación participante. * Entrevistas.

#### 3.4. Materiales-

##### Materiales de Campo:

- Cuaderno de campo.
- Lapiceros.
- Cámara Digital.
- Pilas recargables.
- Grabadora portátil.

- Filmadora.
- Cassettes.
- Encuestas.

Material de gabinete:

- Computadora.
- Impresora.
- Diskette.
- Pen Drive.
- Material de escritorio.
- Documentos de la zona.
- Bibliografía.

#### **IV. RESULTADOS**

##### **4.1 ANÁLISIS DE LOS ESLABONES EN LA CADENA DE PRODUCCIÓN DE CHICHA DE MAÍZ.**

De acuerdo a bibliografía cita anteriormente tomando de la misma términos necesarios para identificar un enfoque adecuado de cadenas y por medio de la metodología empleada para obtener datos en campo, se determina que el enfoque de cadena mas apropiado que se aproxima al proceso de elaboración de chicha es una fusión entre un enfoque de valor y un enfoque agroalimentario, tomando en cuenta que existen términos necesarios e importantes que contribuyen a la identificación de la cadena y que contemplan el contexto de la investigación. Según MONTAÑO (2005) el enfoque de cadena de valor se caracteriza por abarcar el ciclo de producción completo, por tanto su aplicación en zonas rurales dirige su atención a los elementos culturales, sociales y de sustentabilidad; además cabe mencionar que existe una interdependencia entre eslabones y agentes participantes. Desde el punto de vista de un enfoque agroalimentario nos basamos en el concepto de la transformación de un insumo

netamente agrícola como el maíz a un producto final como es la chicha y el que tiene como destino un mercado, tomando en cuenta la participación de los agente en todo el ciclo, eso comprende hasta la comercialización del producto. A este enfoque de cadena se suman otros aspectos importantes tales como las relaciones sociales que se suscitan y que son intermediarias en todo el proceso de elaboración de chicha, dichas relaciones son empleadas como flujos dinamizadores encargadas de facilitar el intercambio de insumos como el maíz, trigo, leña, etc y que posteriormente influirán para el consumo de chicha. Nos sustentamos en el impacto que tiene el dar galeta<sup>8</sup> y yapa<sup>9</sup> en la actividad de comercialización de chicha, factor que influencia en el análisis económico y que al mismo tiempo facilita la venta, aspectos por los cuales se genera una forma de interrelacionamiento entre consumidor y vendedor.

Dentro de la cosmovisión andina en la que la riqueza no se mide por aspectos materiales, si no por vínculos sociales, es que se ve pertinente y necesario incorporar dentro de la cadena de valor agroalimentaria determinada los aspectos mencionados.

#### 4.1.1. Eslabones en la cadena de producción de chicha.

De acuerdo al sondeo llevado a cabo en meses anteriores y a los viajes realizados a los municipios y al trabajo que se llevo a realizar con los estudios de caso identificados y seleccionados y a la participación en las ferias, se logro identificar los siguientes eslabones, los mismos contemplados como variables de análisis:

Describiendo a los eslabones, se tendría lo siguiente:

- *Proveedores de insumos.*- Es el primer eslabón de la cadena de valor agroalimentaria identificada considerado, del que se puede catalogar dos tipos de proveedores de insumos:

---

<sup>8</sup> Galeta.- Forma de sociabilizar por medio de la invitación en este caso de una tutuma de chicha, término empleado con frecuencia en los municipios de Cochabamba.

<sup>9</sup> Yapa.- Palabra quechua que significa aumento, adición de algo o algún producto.

- Directos.- Son aquellos que se encuentran en las ferias comunales y municipales en los diferentes municipios donde se realizó el estudio, muchos de estos agentes son productores que se aglutinan en las ferias para comercializar sus productos, en nuestro caso para la venta de maíz y trigo. Se pudo observar la presencia no solo de productores de la zona si no del municipio y comunidades aledañas. En el caso de la feria que se lleva a cabo los días martes en Punata y en Cliza, acuden a los mismos productores y acopiadores de Arani, Arbieta y otros municipios o comunidades. Se ha podido identificar que el rol que desempeñan los transportistas es vital para el circuito de comercialización de maíz que se lleva a cabo, además muchos de ellos con el tiempo se constituyen en vendedores directos de maíz, cumpliendo con la actividad de transporte y acopio, lo que acorta el proceso convencional, mencionar que son casos aislados.
- Indirectos.- Dentro de los proveedores indirectos tenemos a los campesinos productores que venden de forma directa a los elaboradores de chicha su producción o bien a mayoristas encargados de acopiar cantidades considerables de maíz para comercializarla en las diferentes ferias, tomar en cuenta que existen casos en los que campesinos se dirigen a ferias a intercambiar su producción por otros productos de que no producen en sus zonas de origen, generándose de esta manera el trueque, un claro ejemplo es la feria de que se realiza los días domingos en el municipio de Tapacari. Se menciona que existe la producción propia, la que emplean para la elaboración de chicha, en este caso algunos elaboradores cubren las cantidades de maíz necesarias, en otros casos compran la diferencia en caso de que faltase.

Los precios de compra y venta de maíz se rigen a la disponibilidad<sup>10</sup> del mismo, de Febrero a Abril los precios son bajos por la actividad de la cosecha, en el mes de Junio a Diciembre los precios suben ya que no se encuentra con mayor disponibilidad.

Muchos productores de maíz son familiares o conocidos de elaboradores de chicha, haciendo mas fácil la comercialización de su producción, además mencionar que en algunos casos la forma de pago es con el intercambio de productos o por la elaboración de chicha para algún acontecimiento (uma rutuku<sup>11</sup>, cumpleaños, etc).

- *Transformación de insumos.*- Para este eslabón se tomó en cuenta la actividad que realizan los mismos elaboradores en realizar la pregerminación del maíz (wiñapu<sup>12</sup>) y el molido del mismo, pero existen personas encargadas de esta actividad en específico conocidas con el nombre de wiñaperas o wiñaperos. Cabe mencionar que es otro de los eslabones en los que el productor de chicha tiene participación directa, en este caso por conocimiento del proceso.
- *Elaboradores.*- Para este eslabón se trabajo directamente con los estudios de caso y previa categorización de los mismo, la cual se trabajo con miembros del equipo el cual se expone a continuación:

---

<sup>10</sup> El tema de disponibilidad de maíz y trigo para la elaboración de chicha se encuentra detallado en la tesis de pregrado de Jaime Pardo “Identificación y Caracterización de variedades de maíz y trigo para la elaboración de chicha de maíz en los municipios de Arbieto, Cliza, Punata, Independencia, Sipe Sipe y tapacarí del Departamento de Cochabamba”.

<sup>11</sup> Uma rutuku.- Palabra quechua, traducido al castellano que hace referencia a corte de cabello, acontecimiento en el que se realiza el primer corte de cabello del niño, ofrendando un monto de dinero o algún bien por un mechón de cabello cortado, hecho típico de la zonas de los valles y altiplano de Bolivia.

<sup>12</sup> Wiñapu.- Nombre que se le da al pregerminado del maíz.

FAMILIAS PRODUCTORAS DE CHICHA		
<b>Volúmenes de Producción</b>	Grandes (> a 1 puesta) Pequeños > o = a 1 puesta) Medianos < a 1 puesta)	
<b>Destino de la Producción</b>	Comerciales	Venta Externa Venta Interna
	Autoconsumo	
	Reciprocidad	Trueques Acontecimientos sociales
<b>Tecnología Aplicada</b>	Moderna Tradicional	
<b>Frecuencia de Producción</b>	Permanentes Ocasionales	
<b>Predisposición a Colaborar</b>		

Como se puede apreciar es un eslabón en el que tiene participación directa de elaboradores de chicha, es necesario mencionar que existen personas encargadas de realizar elaboraciones completas conocidos como chicheros o akhadores, tomando en cuenta que muchos estudios de caso contratan los servicios de estas personas o bien en algunos casos los denominados chicheros o akhadores se dedican a la elaboración de chicha siendo un elaborador mas. En el caso de Arbieto y Punata existen akhadores que viene de otros municipios o comunidades a realizar este trabajo.

- *Distribuidores o Comercializadores.*- Dentro de este eslabón se menciona dos categorías:
  - *Directos.*- En esta categoría se encuentran los elaboradores de chicha, quienes en ambiente destinados en sus mismos domicilios realizan la comercialización de chicha. Estos espacios son importantes para el desarrollo del diálogo sociabilizador en los que se tocan temas diversos y en los que en muchos casos se llevan acabo intercambio de productos o bien establecer vínculos para futuros negocios relacionados con la producción de chicha u otros temas.

Mencionar que en este tipo de espacios la chicha es un flujo importante para el desarrollo de relaciones sociales, se ha dado casos en los que se establecen compadrazgos, matrimonios y un sin fin de actividades gracias a un casco de chicha. No olvidar que toda esta actividad es símbolo de prestigio y popularidad para el elaborador y dueño de la chichería, además también se lleva a cabo la venta de chicharrón, aprovechando la crianza de ganado porcino el cual es alimentado con un subproducto de la chicha, la borra y el janchi<sup>13</sup>.

- Indirectos.- Dentro de esta categoría se encuentran los denominados revendedores o minoristas, quienes se encargan de comprar cierta cantidad de chicha para luego revender en otros lugares, como ser en ferias, comunidades o lugares donde no exista elaboradores de chicha. Se debe mencionar que algunos estudios de caso se dedican a comercializar chicha en forma de mayoristas cubriendo grandes demandas y con grandes volúmenes, tal es el caso de elaboradores del municipio de Cliza y Punata, para ser mas concreto el caso de Cliza a traspasado fronteras, internándose inclusive en municipio y comunidades alejadas, tal es el caso de Villa Ribero en Punata, Cochabamba y la población de Kami del municipio de Independencia.
- *Consumidores*.- Eslabón mas importante dentro de la cadena, determinante para el destino del producto final (chicha) y la preferencia de los mismos va incidir no solo económicamente, si no social y reputacionalmente. Se trabajo una tipología de

---

<sup>13</sup> Janchy.- Subproducto que se obtiene de la chicha, sedimento seco por acción de la decantación en la mezcla de la harina de wiñapu con agua.

consumidores para poder identificar y analizar con mayor especificidad, ya que los consumidores son los que aceptan o rechazan un producto.

**CUADRO 3. TIPOLOGIA DE CONSUMIDORES DE LOS SEIS MUNICIPIOS ESTUDIADOS.**

TIPOLOGIA DE CONSUMIDORES												
Municipio	Según Origen			Según Ocupación							Según Sexo	
Zona Valles	Inmigrantes	Emigrantes	Lugareños	Profesionales	Comerciantes	Agricultores	Choferes	Estudiantes	Amas de casa	Jornaleros	Masculino	Femenino
Arbieto		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Cliza	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Punata		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>Zona Andina</b>												
Independencia		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sipe Sipe		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tapacari	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Proyecto Chicha 2005.

TIPOLOGIA DE CONSUMIDORES												
Municipio	Según Edad			Según Idioma				Según estado Civil				
Zona Valles	Niños	Jovenes	Adultos	Quechua	Ayamara	Castellano	Otros	Casado	Divorciado	Viudo	Cuncubinado	Soltero
Arbieto		X	X	X		X		X		X	X	X
Cliza		X	X	X		X		X	X	X	X	X
Punata		X	X	X		X		X		X	X	X
<b>Zona Andina</b>												
Independencia	x	X	X	X	X	X		X	x	X	X	X
Sipe Sipe		X	X	X		X		X	x	X	X	X
Tapacari	X	X	X	X		X		X		X	X	X

Fuente: Proyecto Chicha 2005

TIPOLOGIA DE CONSUMIDORES					
Municipio	Según Edad				
Zona Valles	Católico	Cristiano	Evangelico	Sin Religión	Otros
Arbieto	x	X	X	X	
Cliza	x	X	X	X	
Punata	x	X	X	X	
<b>Zona Andina</b>					
Independencia	x	X		X	
Sipe Sipe	x	X	X	X	
Tapacari	X	X		X	

Fuente: Proyecto Chicha 2005.

Esta tipología de consumidor permite identificar las preferencias de la gente que consume chicha, esto con el objeto de saber donde se consume, el estrato social que ocupa y los futuros mercados, por otro lado permite priorizar los canales comerciales, enfocados a efectivizar la cadena identificada.

Afirmamos que los consumidores definen hasta el destino de la producción, difundiendo la calidad de la misma, en el caso de estudios de caso

de Sipe Sipe, Punata y Cliza han ampliado su mercado gracias a la difusión por parte de los consumidores que han acudido a sus chicherías.

Muchos de los consumidores entrevistados y que están tipificados manifiestan que la chicha es parte de nuestra cultura, siendo una bebida de importancia en el diario vivir de la gente, sus costumbres, rituales y para facilitar y ampliar su círculo social. Con mucha expectativa sugieren una exportación de la misma, ya que es una bebida como cualquier otra, además recordar que la chicha esta inmersa en muchas de las actividades del calendario agrícola expuesto anteriormente además es un vínculo social muy importante.

De acuerdo al cuadro anterior los municipio que comprende la zona de los valles (Arbieto, Cliza y Punata) presentan consumidores de acuerdo a la tipología realizada con características similares en lo que respecta a las características expuestas, pero existen particularidades, tal es el caso del municipio de Arbieto en el que las mujeres presentan mayor preferencia por el consumo de chicha en espacios públicos como la plaza principal y algunas chicherías donde se caracterizan por la presencia de solo mujeres en círculos sin la participación de varones, espacios que son respetados por los mismos. Un aspecto a resaltar es la migración que se genera en los municipios estudiados, tanto a los centro urbanos (Cochabamba, Santa Cruz) como a otros países, prácticamente este fenómeno se refleja en Arbieto, Cliza, Punata, Independencia, Sipe Sipe y Tapacari. En algunos casos existe inmigración a otros municipios o departamentos, tal es el caso de muchos Cliceños que se trasladaron a otros municipios o departamentos, ampliando de esta manera el mercado para la producción de chicha, en algunos casos se encuentran fábricas de chicha, de propietarios cliceños en otros municipios.

En síntesis el eslabón correspondiente a consumidores es determinante para la producción de chicha y no solo por contemplar aspectos económicos, si no por el contrario con aspectos socioculturales<sup>14</sup> relevantes.

#### 4.1.2. Definición de la cadena de valor agroalimentaria de la producción de chicha.

Por medio del sondeo y el trabajo de campo realizados se logró determinar, identificar y analizar la cadena de valor agroalimentaria, explicando los eslabones que la conforman con todas las connotaciones del caso, pudiendo establecer una simbiosis entre los aspectos económicos y sociales preponderantes en nuestro medio y en el contexto de los municipios en los que se llevo a cabo la investigación.

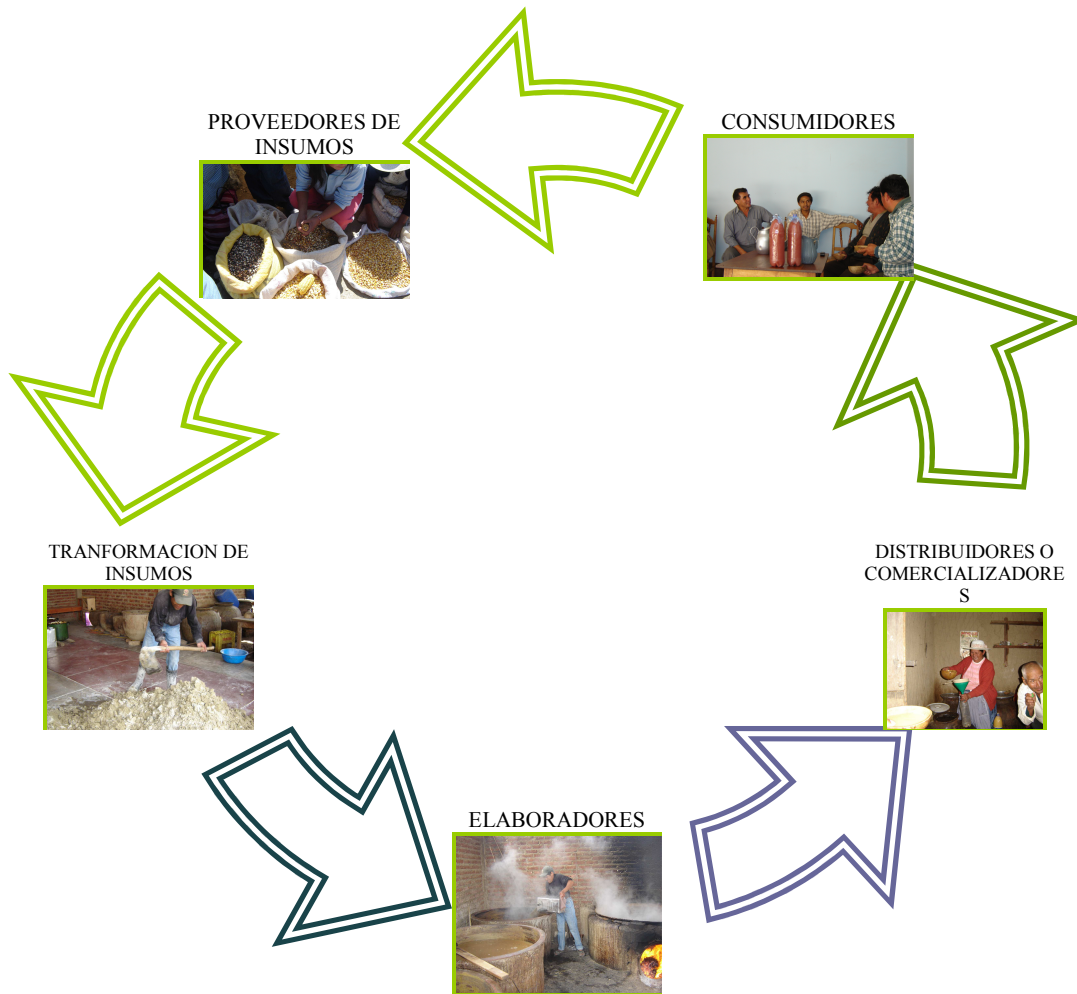
Se orienta mayor atención al eslabón de los consumidores por las características ya expuestas con anterioridad y por que dentro de nuestro contexto son los que aceptan o rechazan el producto, en el caso de la chicha brindan parámetros de calidad.

A continuación se expone la gráfica de cadena de valor agroalimentaria identificada y analiza anteriormente, con el objeto de una mayor comprensión.

---

<sup>14</sup> Los espacios de consumo y las connotaciones del mismo se describen con mayor detalle en la tesis de maestría elaborado por la Licencia en Sociología Maria del Carmen Soto “Concepción local del uso y consumo de la chicha y su valor simbólico caso Independencia Ayopaya y Arbieta – Esteban Arze del departamento de Cochabamba”

## GRAFICA 1. CADENA DE VALOR AGROALIMENTARIA DE LA CHICHA



Fuente: Elaboración propia.

La gráfica representa el comportamiento de los eslabones identificados en la cadena respecto a la producción de chicha, tomando en cuenta aspectos socioeconómicos, culturales, rituales, etc, identificados en los seis municipios donde se realizó el estudio.

La cadena inicia con el eslabón de proveedores de insumos, dentro del mismo se tiene a proveedores directos los cuales se los encuentra en las diferentes ferias comunales y por municipios donde se comercializa maíz, trigo y otros insumos necesarios para la elaboración de chicha. Se pueden identificar a productores - elaboradores, acopiadores y

revendedores dentro de estas ferias. Dentro los proveedores indirectos se tienen a productores que comercializan de forma directa a elaboradores de chicha o bien aun mayorista, se los encuentra tanto dentro de las ferias o por contactos personales entre elaboradores o mayoristas. Se observa que relaciones como compadrazgos o de parentesco son determinantes para el flujo de insumos dentro de este eslabón, se cuentan con casos en los que se intercambia maíz por chicha, la misma que se emplea en alguna festividad o acontecimiento personal.

La transformación de insumos es el siguiente eslabón dentro de la cadena identifica, en la que existen roles definidos, en la que son participes tanto los propios elaboradores como personas dedicadas exclusivamente a este rubro, tal es el caso de la wiñaperas (os) los cuales se encargan de la pregerminación del maíz y trigo (casos que se requiera), posteriormente para su comercialización dirigido a elaboradores de chicha, que en este caso también las formas de relacionamiento esta ligado a conocimiento entre elaboradores, se puede decir el prestigio y reputación del wiñapero (a) y por compadrazgos. Dicha actividad se presenta con mayor frecuencia en los municipios de Sipe Sipe, Punata, Cliza y en pequeña escala en Arbieta.

Dentro el eslabón de elaboración los agentes principales identificados son los propios elaboradores que se encargan de dicha actividad aportando sus conocimientos, cuentan muchos de ellos con chicheros o akhadores como ellos los denominan. Dentro los seis municipios se presenta esta característica sin importan si la elaboración tiene carácter industrial o tradicional.

Los distribuidores o comercializadores se caracterizan por ser de forma directa en la que los elaboradores se encuentran presentes, expendiendo la chicha en ambiente llamados chicherias y que en su totalidad son espacios de sociabilización que se encuentran dentro de los domicilios. Cabe mencionar que se encuentra presente y con mucha trascendencia el aspecto de calidad y prestigio hacia la elaboradora el tipo de chicha que se esta comercializando tal como lo expresa doña Alicia Rojas – Sipe Sipe:

“Es importante cuidar el prestigio de la elaboración y el cariño que le pones... Es importante la galleta al momento de realizar la venta y de compartir tu elaboración con tus clientes”

A lo que respecta a los comercializadores indirectos se encuentran los mayoristas, minoristas y revendedores, tanto dentro del municipio como fuera del mismo, cubriendo mercados comunales y departamentales, tal es el caso de la chicha Cliza, Punata y Sipe Sipe las que cubren mercados como Cochabamba, La Paz y Oruro.

El último eslabón de la cadena corresponde a los consumidores, quienes son determinantes para el destino de la chicha y la aceptación de la misma, como se pudo observar anteriormente en las tablas expuestas el gusto por la chicha es amplio, determinándose una mayor preferencia<sup>15</sup> dentro de los municipios y en festividades específicas.

## **4.2. ANALISIS COMPARATIVO DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN EN EL PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA CHICHA DE MAÍZ.**

### 4.2.1. Costos de producción.

Es importante mencionar los componentes de los costos, para este caso delimitar los costos fijos y los costos variables aplicables en todos los análisis a realizar.

Costos fijos.- En este caso los costos fijos determinados son los siguientes y que son los mismos para cada estudio de caso:

---

<sup>15</sup> El tema de consumo, preferencias y hábitos se desarrolla con mayor énfasis en la tesis de pregrado de Jesús Vargas “cambios en los hábitos de consumo de chicha en la población urbana y rural de departamento de Cochabamba casos Punata, Independencia y Cochabamba.

**TABLA 4. COSTOS FIJOS Y DEPRECIACION DE INFRAESTRUCTURA EN PRODUCCION DE CHICHA.**

<b>COSTO FIJO</b>	<b>PRECIO/U(Bs)</b>	<b>VIDA UTIL(años)</b>	<b>DEPRECIACION(Bs/año)</b>
Paila de Cobre	2000	40	50
Paila de Plancha	800	25	32
Wirki	1500	25	60
P'ños	850	15	56,66666667
Jarra de plástico	8	6	1,333333333
Tutumas	3,5	2	1,75
Fogón	1200	30	40
Baldes	15	6	2,5
Tachos de plástico	250	6	41,66666667
Paleta de madera	40	3	13,33333333
Bomba de Agua	1000	6	166,6666667
Instalación de gas natural	2500	10	250
Garrafas	320	6	53,33333333

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar los costos fijos son los que se expresan en la tabla anterior, lo que a su vez contemplan los materiales básicos para la producción de chicha, cabe mencionar que existen diferencias entre un productor tradicional y uno industrial, en el entendido que para una elaboración industrial se requieren mayor disponibilidad de infraestructura en relación a una elaboración tradicional, tener en cuenta que la cantidad de implemento y de infraestructura de la que disponen esta en función a la disponibilidad de capital para la compra de los mismos, esto varía de productor y el tipo de elaboración que realice.

A continuación se describe la infraestructura empleada:

- Paila de Cobre y/o plancha.- Se emplea para el hervido de agua e ingredientes de la chicha (upi<sup>16</sup> y la miski k'eta<sup>17</sup>).

<sup>16</sup> Upi.- Líquido de coloración lechosa que se obtiene a través del molido del pregerminado del maíz y la mezcla con agua hervida, primera capa de líquido que se forma al reposar el mismo.

<sup>17</sup> Miski K'eta.- Líquido de color café que se obtiene por proceso de decantación y por hervido del mismo toma características diferentes se convierte en una masa dulce.

**FOTO 6. PAILA DE COBRE.**



- Wirkis.- Se emplea para depositar el agua hervida o la chicha.

**FOTO 7. WIRKI.**



- P'ño.- Cántaro de cuello delgado el que se emplea para la fermentación de la chicha.

**FOTO 8. P'ÑO.**



- Jarras.- Se emplea para la venta de chicha en las diferentes presentaciones.
- Tutuma.- Con forma de vaso, de fabricación natural (fruto de un árbol), el que se emplea para servirse la chicha.
- Balde.- Se emplea para la venta de chicha.

**FOTO 9. JARRAS Y BALDES.**



**FOTO 10. TUTUMA.**



- Tachos.- Envase de plástico los que se emplean para el traslado y en muchos casos para la fermentación de la chicha

**FOTO 11. TACHO.**



- Bomba de agua.- Algunos elaboradores de carácter industrial emplean dicho implemento para el traslado de chicha de un recipiente a otro.
- Garrafas.- Emplean este recurso para la cocción de la miki k'eta y el hervido de agua. Este fenómeno se presenta en el municipio de Tapacari.
- Fogón.- Construcción tradicional empleando ladrillos de barro (adobes), para los caso de carácter industrial emplean ladrillo convencional. Infraestructura que se emplea para la cocción de la chicha y sus ingredientes.

**FOTO 12. FOGON.**



- Paleta de madera y/o metal.- Implemento de madera parecido a un cuchara, el cual se emplea para el movido de la chicha en su cocción.

Hay que tomar en cuenta dentro de los costos fijos el aspecto de las depreciaciones de la infraestructura, los que se expresan en Bs por año, el cálculo de los mismos se expresa en la tabla anterior (ver tabla 4). Para la determinación de la vida útil de la infraestructura, se contemplo un aproximado de años por cada material (ver anexo 1).

Costos Variables.- Están directamente relacionados con el volumen de producción, cuanto mas se produce, los costos variables serán menores, por ejemplo: el maíz, trigo, chancaca, azúcar, alcohol, sacarina y otros están directamente relacionados con el volumen de producción. Los costos variables para la elaboración de una puesta se detallan a continuación:

- Maíz.- Materia prima para la elaboración de chicha, el cual sufre un proceso de transformación (pregerminado).
- Trigo.- Se emplea en algunas elaboraciones dependiendo del criterio de algunos elaboradores, al igual que el maíz sufre un proceso de transformación (pregermiando).

**FOTO 13. PREGERMINADO DEL MAÍZ Y DEL TRIGO.**





- Chancaca.- Presenta características dulces, se emplea en la cocción de la miski k'eta.
- Azúcar.- Se emplea en la cocción de la miski k'eta y para la fermentación de la chicha.
- Alcohol.- Algunos elaboradores tal es el caso de la producción de chicha industrial, emplean este insumo para la conservación y dar mayor cuerpo a la chicha.
- Sacarina.- Sustancia química con características dulces, algunos elaboradores industriales y tradicionales emplean dicho insumo para la fermentación de la chicha.
- Leña.- Insumo esencia en la elaboración tradicional de chicha.
- Agua.- Elemento indispensable para la elaboración de chicha, se presentan caso en los que elaboradores tal es el caso de Sipe Supe compran dicho elemento ya que el agua que poseen es muy salada, aspecto negativo para la producción de chicha.

Los costos variables descritos anteriormente son prácticamente los mismos empleados en los seis municipios, con algunas diferencias, en el caso del trigo algunos

elaboradores emplean este insumo para dar mas consistencia a la chicha tal es el caso de algunos elaboradores de Arbieto, Punata y Cliza. En el caso del alcohol y la sacarina preferentemente lo emplean elaboradores industriales identificados en los municipios de Punata, Cliza y Sipe Sipe; para el caso del agua que es un factor determinante para la producción de chicha, en los municipios de Sipe Sipe, Cliza y Tapacari, algunos elaboradores de algunas zonas compran este elemento ya que del que disponen presenta mucha concentración de sales, factor limitante<sup>18</sup> para le elaboración de chicha.

Cabe mencionar que a través del sondeo y en el proceso de investigación se determino tablas de costos de insumos para los seis municipios en el que observan las variaciones de precios (ver anexo 2).

Existen otros datos que hay que tomar en cuenta como ser: la utilización de mano de obra (akhadores), a los cuales se les paga por puesta (elaboración), montos que oscilan entre 20 a 80 Bs, pero no todos los elaboradores solicitan estos servicios.

Se determinó que existen algunos municipios que elaboran chicha empleando gas domiciliario, son los casos de Cliza y Punata, dando un carácter industrial al proceso de elaboración; cabe mencionar que algunos elaboradores emplean alcohol para efectuar las elaboraciones, a un costo que oscila entre 90 – 120 Bs la lata que contiene 20 litros cada una, insumo que afecta a la calidad de la chicha y al precio, generando mayor utilidad, creando una brecha en cuestión de precios de venta.

En el caso de la chancaca el dato que se desea expresa es el costo por ladrillo de chancaca empleado para la elaboración de chicha. Existen modificaciones de la tabla que se desarrollo una vez finalizado el sondeo, ya que muchos de los insumos sufrieron un incremento de precio, tal es el caso de las cargas de leña, la chancaca, el maíz y el azúcar.

---

<sup>18</sup> La determinación de limitante y potencialidades en la elaboración de chicha industrial en los municipios de Punata, Cliza y Sipe Sipe se detallan en la tesis de pregrado de Boris Cabezas.

#### 4.2.2. Medidas de referencia.

Por medio del sondeo y el trabajo de campo se determino las medidas de referencia en relación a las cantidades de los insumos que se manejan en los municipios:

Estas medidas corresponden a los municipios de Arbieto, Punata, Cliza y Sipe Sipe:

##### *Maíz*

1 Fanega = 2 cargas = 8 @.

1 Fanega = 3 qq.

1 Carga = 4 @

1 @ = 45 libras

1 libra = 11.4 Kg.

1 qq Chancaca = 4 ladrillo.

##### *Trigo*

1 Fanega = 2 cargas = 10.89 @.

1 Fanega = 4 qq.

1 Carga = 3.3 @

1 @ = 50 libras

1 libra = 11.4 Kg.

Estos datos corresponden al municipio de Independencia y Tapacari.

En ambos caso las medidas expuestas se emplearan y mantendrán para todos los estudios de caso.

##### *Maíz*

1 Fanega = 2 cargas = 10 @.

1 Fanega = 4 qq.

1 Chacana = 40 libras.

1 Carga = 5 @

1 @ = 40 libras

1 libra = 11.4 Kg.

1 qq Chancaca = 4 ladrillo.

1 Fanega = 2 cargas = 10.89 @.

1 Fanega = 5 qq.

1 Carga = 3.3 @

1 @ = 50 libras

1 libra = 11.4 Kg.

##### *Trigo*

#### 4.2.3. Costos de insumos

Para profundizar el análisis se desarrollo tablas en las que se pueden apreciar los cambios de precios en las diferentes presentaciones en la venta de chicha en los seis municipios, esto se desarrollo durante el sondeo y de forma posterior en el desarrollo de la investigación:

**TABLA 5. Precio de venta de chicha por municipios durante el sondeo (Agosto – Octubre 2005) expresado en Bs.**

MUNICIPIO	PRECIOS DE VENTA DE LA CHICHA (Bs)					
	Turril	Lata	Balde	jirki	Jarra Mediana	Jarra Pequeña
Arbieto	260	20	6	3,5	2	1,5
Punata	480	40	10	3	3	2
Cliza	250	24	6	2	2	1
Sipe Sipe	288	24	6	3	3	1,5
Tapacari	260	20	5	3,5	2	1,5
Independencia	210	18	5	5	2	1,5

Fuente: Elaboración propia en base a la información del sondeo realizado.

Como se puede observar se exponen los precios de venta de chicha por presentación en los seis municipios de estudio, en la que existen variaciones, tal es el caso del municipio de Punata en la que el precio de la lata asciende a 40 Bs, atribuyéndose a la calidad de chicha, fundamento sustentado por los elaboradores de mencionado municipio, por otro lado otra explicación es por el costo de maíz que para el caso de Punata los elaboradores emplean la variedad huilcaparo para su producción, siendo esta un variedad con un precio mas alto en el mercado.

A continuación se detallan los precios identificados después del sondeo:

**TABLA 6. Precio de venta de chicha por municipios después del sondeo (Marzo 2006) expresado en Bs.**

MUNICIPIO	PRECIOS DE VENTA DE LA CHICHA (Bs)					
	Turril	Lata	Balde	jirki	Jarra Mediana	Jarra Pequeña
Arbieto	220	22	6,5	4	2,5	2
Punata	400	40	8	3	3	2
Cliza	200	20	6	2	2	1
Sipe Sipe	320	32	6,5	4	3,5	2
Tapacari	200	20	5	3,5	2	1,5
Independencia	180	18	5	5	2	1,5

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos después del sondeo.

Como se puede apreciar los precios registrados en los seis municipios por presentación sufrieron un incremento, esto se explica por el incremento de los costos variables o sea los insumos básicos para la elaboración de chicha, tal es el caso del azúcar, chancaca y hasta de la leña en muchos caso (ver anexo 2).

#### 4.2.4. Análisis comparativo de los costos de producción de estudios de caso en los seis municipios.

Para el análisis comparativo se tomaron en cuenta la tipología de productores que se desarrollo dentro del proyecto, para ser mas concreto se tomó en cuenta para este análisis a elaboradores (as) de producción permanente, volúmenes de producción medianos y de elaboraciones tradicionales<sup>19</sup> de los seis municipios.

Un dato a considerar dentro las tablas de relación beneficio/costo es la columna de cantidad, misma de la que establece una relación en función del número de latas obtenidas por elaboración respecto a las demás presentaciones, realizando un cálculo estableciendo la cantidad de baldes que equivalen las latas obtenidas por elaboración, de la misma forma para las demás presentaciones.

<sup>19</sup> Tradicional.- Se refiere al proceso de elaboración que no cuenta con ninguna innovación tecnológica, simplemente el proceso de elaboración empleando leña.

**TABLA 7. Costos variables de producción estudio de caso municipio de Arbieta expresado en Bs.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Willcaparu	5	Arrobas	45	225
Maiz Amarillo	6	Arrobas	30	180
Trigo	1	Arroba	20	20
Chancaca	2	Ladrillos	18	36
Azúcar	1	Arroba	35	35
Molido	12	Arrobas	2	18
Leña	15	Caballetes	12	180
Impuesto	1	Puesta	22	22
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>716</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**TABLA 8. Costos fijos de producción estudio de caso municipio de Arbieta expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	4	1500	6000
Púños	5	1000	5000
Paila de cobre	1	2200	2200
Baldes	10	12	120
Tutumas	15	2,5	37,5
Jarras	15	8	120
Fogón	1	300	300
Paleta de metal	1	25	25
Paleta de madera	1	35	35
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>13837,5</b>

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 9. Relación beneficio/costo de producción estudio de caso municipio Arbieta expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata	60	22	1320	716	604	1,843575419
Balde	240	6	1440	716	724	2,011173184
Jarra Grande	360	2.50	900	716	184	1,25698324
Jarra Mediana	600	2	1200	716	484	1,675977654
Jarra Pequeña	2400	1.50	3600	716	2884	5,027932961

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 10. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización estudio de caso municipio de Arbieta expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	BENEFICIO	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata	1320	50	1	50	1270	716	554
Balde	1440	180	1	180	1260	716	544
Jarra Grande	900	200	1	200	700	716	-16
Jarra Mediana	1200	490	1	490	710	716	-6
Jarra Pequeña	3600	2000	1	2000	1600	984	616

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 11. Costos variables de producción estudio de caso municipio de Cliza.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Willcaparo.	2,5	Arrobas	55	137,5
Chancaca	2	Ladrillos	20	40
Azúcar	0,5	Arrobas	40	20
Molido	2,5	Arrobas	1	2,5
Alcohol	0,5	Litros	7,5	3,75
Leña	4	Caballetes	10	40
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>243,75</b>

**TABLA 12. Costos fijos de producción estudio de caso municipio de Cliza expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	3	1280	3840
Púños	3	1000	3000
Paila de plancha	1	1500	1500
Baldes	8	15	120
Tutumas	10	2	20
Jarras	8	7,5	60
Fogón	1	300	300
Paleta de metal	1	20	20
Paleta de madera	1	38	38
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>8898</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**TABLA 13. Relación beneficio/costo de producción estudio de caso municipio de Cliza expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata	20	20	400	243,75	156,25	1,641025641
Balde	80	6	480	243,75	236,25	1,969230769
Jarra Grande	120	3	360	243,75	116,25	1,476923077
Jarra Mediana	200	2	400	243,75	156,25	1,641025641
Jarra Pequeña	800	1,5	1200	243,75	956,25	4,923076923

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 14. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización estudio de caso municipio de Cliza expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata	400	6	1	6	394	243,75	150,25
Balde	480	30	1	30	450	243,75	206,25
Jarra Grande	360	80	1	80	280	243,75	36,25
Jarra Mediana	400	110	1	110	290	243,75	46,25
Jarra Pequeña	1200	360	1	360	840	243,75	596,25

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 15. Costos variables de producción estudio de caso municipio de Punata.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Wilcaparu	4	Arrobas	50	200
Maíz Amarillo	4	Arrobas	30	120
Maíz sano molido	5	Arrobas	25	125
Leña	10	Caballetes	10	100
Chancaca	4	Ladrillos	18	72
Akhador	1	Puesta	80	80
Impuesto	13	Arrobas	5	65
Azúcar	2	Quintales	185	370
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>1132</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**TABLA 16. Costos fijos de producción estudio de caso municipio de Punata expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	7	1500	10500
Púños	4	1100	4400
Paila de Cobre	1	2800	2800
Baldes	25	20	500
Tutumas	35	3	105
Jarras	25	10	250
Fogón	1	450	450
Paleta de metal	1	35	35
Paleta de madera	1	20	20
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>19060</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**TABLA 17. Relación beneficio/costo de producción estudio de caso municipio de Punata expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata	35	40	1400	1132	268	1,236749117
Balde	140	10	1400	1132	268	1,236749117
Jarra Grande	210	3,5	735	1132	-397	0,649293286
Cuartilla	105	12	1260	1132	128	1,113074205

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 18. Costos tomando en cuenta la gale y yapa en la comercialización estudio de caso municipio de Punata expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata	1400	20	1	20	1380	1132	248
Balde	1400	80	1	80	1320	1132	188
Jarra Grande	735	190	1	190	545	1132	-587
Cuartilla	1260	75	1	75	1185	1132	53

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 19. Costos variables de producción, estudio de caso en el municipio de Independencia.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Wilcaparu	1	Carga	220	220
Azúcar	1	Arrobas	40	40
Leña	15	Cargas	10	150
Impuesto	1	Puesta	25	25
Akhador	1	Puesta	25	25
Molido	10	Arrobas	1,5	15
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>475</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**TABLA 20. Costos fijos de producción estudio de caso municipio de Independencia expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	4	2500	10000
Púños	3	1200	3600
Paila de Cobre	1	2800	2800
Baldes	15	15	225
Tutumas	12	2	24
Jarras	10	7	70
Fogón	1	400	400
Paleta de metal	1	38	38
Paleta de madera	1	19	19
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>17176</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**TABLA 21. Relación beneficio/costo de producción, estudio de caso municipio de Independencia, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata	45	18	810	475	335	1,705263158
Balde	180	5	900	475	425	1,894736842
Jarra Grande	270	4	1080	475	605	2,273684211
Jarra mediana	450	2	900	475	425	1,894736842
Jarra pequeña	1800	1,5	2700	475	2225	5,684210526

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 22. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización, estudio de caso municipio de Independencia, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata	810	30	1	30	780	475	305
Balde	900	90	1	90	810	475	335
Jarra Grande	1080	150	1	150	930	475	455
Jarra mediana	900	300	1	300	600	475	125
Jarra pequeña	2900	1000	1	1000	1900	475	1425

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 23. Costos variables de producción, estudio de caso municipio de Sipe Sipe.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Amarillo	11	Arrobas	40	440
Leña	8	Caballetes	25	200
Azúcar	1	Arroba	45	45
Molido	11	Arrobas	2,5	27,5
Impuesto	1	Puesta	44	44
Akhador	1	Puesta	60	60
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>816,5</b>

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 24. Costos fijos de producción estudio de caso municipio de Sipe Sipe expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	3	1600	4800
Púños	3	1350	4050
Paila de Cobre	1	2500	2500
Baldes	12	12	144
Tutumas	10	2	20
Jarras	10	6,5	65
Fogón	1	320	320
Paleta de metal	1	35	35
Paleta de madera	1	22	22
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>11956</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**TABLA 25. Relación benéfico/costo de producción, estudio de caso municipio de Sipe Sipe, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata	40	24	960	816,5	143,5	1,175750153
Balde	160	8	1280	816,5	463,5	1,567666871
Jarra grande	240	4	960	816,5	143,5	1,175750153
Jarra mediana	400	2	800	816,5	-16,5	0,979791794

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 26. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización, estudio de caso municipio de Sipe Sipe, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata	960	35	1	35	925	816,5	108,5
Balde	1280	100	1	100	1180	816,5	363,5
Jarra grande	960	150	1	150	810	816,5	-6,5
Jarra mediana	800	250	1	250	550	816,5	-266,5

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 27. Costos variables de producción, estudio de caso municipio de Tapacari, expresado en Bs.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Amarillo	2	Pesadas	200	400
Trigo	5	Libras	15	75
Leña	10	Cargas	7	70
Azúcar	10	Libras	6	60
Gas	3	Garrafas	27	81
Akhador	1	Puesta	30	30
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>716</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**TABLA 28. Costos fijos de producción, estudio de caso municipio de Tapacari, expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	3	2200	6600
Púños	3	1250	3750
Paila de Cobre	1	2700	2700
Baldes	10	10	100
Tutumas	15	2,5	37,5
Jarras	15	8	120
Fogón	1	450	450
Paleta de metal	1	30	30
Paleta de madera	1	15	15
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>13802,5</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**TABLA 29. Relación beneficio/costo de producción, estudio de caso municipio de Tapacari, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata	60	20	1200	716	484	1,675977654
Balde	240	8	1920	716	1204	2,681564246
Jarra pequeña	2400	2	4800	716	4084	6,703910615

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 30. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización, estudio de caso municipio de Tapacari, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata	1200	45	1	45	1155	716	439
Balde	1920	195	1	195	1725	716	1009
Jarra pequeña	4800	1900	1	1900	2900	716	2184

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar se cuenta con la información sobre los costos variables, costos fijos, relación beneficio/costo tanto con la emisión de la galleta y yapa como con la ausencia de los mismos de los seis municipios, existen diferencias en cuanto a valores registrados mas que todo en los costos variables y fijos de producción, esto esta en función a la cantidad en volumen de insumos empleados como la cantidad de implementos disponibles como infraestructura, es por lo que se registran variaciones en los valores.

Cabe mencionar que el aspecto social se encuentra inmerso, con tan solo contemplar la emisión de la galeta<sup>20</sup> y la yapa<sup>21</sup> en la comercialización de la misma, aspecto fundamental para el reraconamiento y que es parte del prestigio que se juega el elaborador.

A continuación se presenta el análisis comparativo sobre costos y relaciones de beneficio/costo en la producción de chicha de los seis municipios:

**TABLA 31. Comparación de costos fijos, variables y número de latas obtenidas, expresado en Bs en los seis municipios.**

MUNICIPIO	C.F (Bs)	C.V (Bs)	Nº Latas	C.T
<b>ZONA VALLES</b>				
Arbieto	13837,5	716	60	14553,5
Cliza	8898	243,75	20	9141,75
Punata	19060	1132	35	20192
<b>ZONA ANDINA</b>				
Independencia	17176	475	45	17651
Sipe Sipe	11956	816,5	40	12772,5
Tapacari	13802,5	716	60	14518,5

Fuente: Elaboración Propia.

Los valores que expresa la tabla presentan variaciones interesante, en lo que respecta a los costos fijos es como ya se mencionó esta en función de la accesibilidad a adquirir los implementos necesarios en lo que respecta a infraestructura y también al volumen de producción. Cabe mencionar que estos valores pueden seguir fluctuando por el incremento o decremento en los precios de los costos variables.

Para poder establecer relaciones de volumen versus presentaciones a continuación se expresan los litros que corresponden a cada presentación:

- 1 Turril = 200 litros.
- 1Lata = 20 litros.

<sup>20</sup> Galeta.- Denominación que hace referencia a la invitación de chicha al momento de la compra, aspecto muy importante con connotaciones sociales interesantes.

<sup>21</sup> Yapa.- Denominación características en la actividad de la comercialización de chicha, en la que se obsequia un poco de chicha al momento de la compra del producto.

- 1 Balde = 5 litros.
- 1 Jirki o jarra grande = 3 litros.
- 1 Jarra mediana = 2.50 litros.
- 1 Jarra pequeña = ½ litro.

No existen variaciones de una zona a otra por lo que las mantenemos como constantes para establecer relaciones tomando en cuenta los volúmenes.

A continuación se establece el análisis tomando en cuenta los parámetros de Utilidad bruta con emisión de galleta y yapa, utilidad bruta y neta; y las relaciones beneficio/costo con emisión de galleta y yapa, tomando en cuenta las diferentes presentaciones en los seis municipios.

**TABLA 32. Comparación entre utilidad bruta con emisión de galleta y yapa, utilidad bruta; y relación de beneficio/costo tomando en cuenta las presentaciones existentes en los seis municipios.**

MUNICIPIO	PRESENTACIONES PARA LA COMERCIALIZACION						
	BOLIVIANOS	Lata	Balde	Jarra Grande	Jarra Mediana	Jarra Pequeña	Cuartilla
ARBIETO	U.B	604	724	184	489	2884	
	U.B Galleta y Yapa	554	544	-16	-8	616	
	Rel. B/C	1,84	2,01	1,25	1,67	5,01	
CLIZA	U.B	156,25	236,25	116,25	156,25	956,25	
	U.B Galleta y Yapa	150,25	206,25	36,25	46,25	596,25	
	Rel. B/C	1,64	1,96	1,47	1,64	4,92	
PUNATA	U.B	268	268	-397			128
	U.B Galleta y Yapa	248	188	-587			53
	Rel. B/C	1,23	1,23	0,64			1,11
INDEPENDENCIA	U.B	335	425	605	428	2225	
	U.B Galleta y Yapa	305	335	455	125	1425	
	Rel. B/C	1,7	1,89	2,27	1,84	5,68	
SIPE SIPE	U.B	143,5	463,5	143,5		-16,5	
	U.B Galleta y Yapa	108,5	363,5	-6,5		-266,5	
	Rel. B/C	1,17	1,56	1,17		0,97	
TAPACARI	U.B	484	1204			4084	
	U.B Galleta y Yapa	439	1009			2184	
	Rel. B/C	1,67	2,68			6,7	

Fuente: Elaboración Propia.

Los valores obtenidos en la tabla anterior sugieren diferencias, por que dentro del análisis comparativo se toma el factor social, el cual es determinante para el caso de la comercialización de la chicha y las actividades que se generan a través de la misma, se pueden observar valores diferentes en los municipios estudiados, en primera instancia esto responde a los diferentes volúmenes de insumos empleados en la producción de chicha y que a su vez se replica en los volúmenes finales obtenidos.

Como se puede observar existe un decremento en los valores registrados de utilidad neta versus la utilidad neta emitiendo galeta y yapa, económicamente hablando representa una pérdida, pero tomando en cuenta el impacto social traducido en lo que se denomina prestigio, el cual es determinante y de mucho peso en la actividad de comercialización, ya que el hecho de elaborar chicha de calidad es importante tanto para la venta de la misma como un parámetro de referencia hacia el elaborador, quienes definen o a quienes esta dirigido el criterio de prestigio es a los consumidores, los cuales son el principales objetivos, el hecho de emitir la galeta y yapa genera un vinculo social estrecho entre el comercializador que a su vez es elaborador en muchos de los casos estudiados hacia el consumidor, como lo menciona doña Adriana Rodríguez del municipio de Independencia:

“Hay que elaborar buena chicha pues, de que sirve hacerla mala si nadie va a consumir, aquí en el pueblo cuando una chicha es mala se anotician pues, uno le dice al otro...oye no vayas ahí su chicha esta fea o esta guardada...es mejor gastar un poquito mas y hacer chicha de calidad”

Puede que exista una pérdida económica pero a vez existe una ganancia social que es de mayor importancia dentro de los elaboradores, factor que no dejan de prestar atención y sumo cuidado.

Un dato importante también es haber determinado la relación beneficio/costo de los costos de producción en la que los valores obtenidos en los seis municipio y por presentaciones llegan a cubrir los costos variables por lo que se tiene un relación beneficio/costo mayor a uno por lo que se determina que existe un relación positiva. La

presentación que alcanzó valores altos fue la venta por jarras pequeñas, esto debido a que existe menor cantidad de chicha expresada en volumen, lo que permite un mayor beneficio, esto suponiendo de que se vendiese toda la producción por esta presentación, en el caso del municipio de Sipe Sipe existen valores negativos, esto debido a que el precio de venta por jarras pequeñas es menor en relación a los otros municipios, por lo que no es una garantía el vender por minoreo.

#### 4.2.5. Análisis comparativo de los costos en municipios donde se elabore chicha industrial.

La elaboración de chicha se presenta en la totalidad de los municipios del departamento de Cochabamba, en los que existen municipios que han logrado dar un carácter industrial a la elaboración de chicha, definiendo el sentido industrial a volúmenes producidos, dentro los municipios donde se realizó la investigación podemos mencionar tres que cumplen con dicha características, dos de la zona de los valles: Punata y Cliza, este último ha cobrado mayor fuerza respecto a otros municipio, se caracteriza por la producción de volúmenes considerables de chicha, los que no solo abastecen y cubren el consumo dentro del municipio de Cliza, a llegado a abarcar mercados dentro de otros municipios y hasta departamentos.

El caso de Punata no expresa las misma magnitud que el caso de Cliza, pero se considera un municipio en el que se elabora chicha industrial por los volúmenes de producción y la industrialización en el proceso de elaboración, contando con instalaciones de gas natural y una moderna infraestructura, tanto en el municipio de Cliza como en el de Punata.

Sipe Sipe se lo considero por que existen casos aislados de elaboradores que producen chicha de forma industrial, los mismo que cuentan con un mercado asegurado fuera del municipio y con el echo de contar con infraestructura que les permite realizar dicha actividad a mayor escala, pese a la actividad paralela que existe con la elaboración y comercialización de guarapo.

Con los antecedentes con los que se cuenta se realizó el análisis comparativo de los costos en la producción de chicha industrial y que se manifestaron de la siguiente manera:

**TABLA 33. Costos variables de producción, estudio de caso industrial, municipio de Cliza.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Willcaparo.	12	Fanegas	400	4800
Chancaca	5	Quintales	150	750
Azúcar	4	Quintales	190	760
Molido	36	Quintal	1,5	54
Sacarina	0,5	Kilos	40	20
Alcohol	1	Lata	100	100
Trasporte a Oruro	30	Barril	60	1800
Akhador	1	Puesta	300	300
Gas	1	Puesta	700	700
Impuesto	30	Barril	13	390
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>9674</b>

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 34. Costos fijos de producción, estudio de caso industrial, municipio de Cliza, expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	6	2300	13800
Púños	10	1300	13000
Paila de Cobre	3	2500	7500
Tachos	20	220	4400
Bomba de agua	1	1200	1200
Fogón	3	450	1350
Paleta de metal	2	30	60
Paleta de madera	2	18	36
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>41346</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**TABLA 35. Relación beneficio/costo de producción, estudio de caso industrial, municipio de Cliza, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata	750	20	15000	9674	5326	1,55054786

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 36. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización, estudio de caso industrial, municipio de Cliza, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata	15000	3	20	60	14940	9674	5266

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 37. Costos variables de producción, estudio de caso industrial, municipio de Punata.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Wilcaparu	1	Fanega	380	380
Harina maíz amarillo	0,5	Fanegas	270	135
Molido	1,5	Fanegas	5	7,5
Azúcar	1	Quintal	195	195
Chancaca	1	Quintal	138	138
Alcohol	198	Litros	5	990
Sacarina	1	Kilo	60	60
Gas	1	Puesta	183,3	183,3
Akhador	1	Puesta	73	73
Envasador	1	Puesta	23	23
Impuesto	1	Puesta	102,5	102,5
Empleado	1	Puesta	15	15
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>2302,3</b>

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 38. Costos fijos de producción, estudio de caso industrial, municipio de Punata, expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	8	2500	20000
Púños	15	1250	18750
Paila de Cobre	2	2500	5000
Paila de Plancha	2	1300	2600
Barriles	6	500	3000
Bomba de agua	2	1200	2400
Fogón	4	400	1600
Paleta de metal	2	30	60
Paleta de madera	2	18	36
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>53446</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**TABLA 39. Relación beneficio/costo de producción, estudio de caso industrial, municipio de Punata, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B	RELACION B/C
Barril	6	300	1800	2302,3	-502,3	0,781826869
Pomo	12	160	1920	2302,3	-382,3	0,83394866

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 40. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización, estudio de caso industrial, municipio de Punata, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO YAPA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Barril	1800	2	300	600	1200	2302,3	-1102,3
Pomo	1920	2	160	320	1600	2302,3	-702,3

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 41. Costos variable de producción, estudio de caso industrial municipio de Sipe Sipe.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Willcaparo	3	Fanegas	160	480
Harina de maíz sano	3	Fanegas	100	300
Trigo	1	Quintal	120	120
Azúcar	8	Quintales	193	1544
Chancaca	2	Quintales	150	300
Alcohol	2,5	Javas	213	532,5
Leña	15	Caballetes	25	375
Gas	15	Garrafas	22,5	337,5
Cistena (agua)	1	Puesta	120	120
Impuesto	1	Puesta	101,5	101,5
Ayudante	1	Puesta	225	225
Akhador	1	Puesta	500	500
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>4935,5</b>

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 42. Costos fijos de producción, estudio de caso industrial, municipio de Sipe Sipe, expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	4	2500	10000
Púños	4	1300	5200
Paila de Cobre	2	2500	5000
Garrfas	5	320	1600
Tachos	40	220	8800
Bomba de agua	1	1200	1200
Fogón	2	350	700
Paleta de metal	1	35	35
Paleta de madera	2	15	30
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>32565</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**TABLA 43. Relación beneficio/costo de producción, estudio de caso industrial, municipio de Sipe Sipe, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata local	105	30	3150	4935,5	-1785,5	0,638233208
Lata externa	245	25	6125	4935,5	1189,5	1,241009016
Barril	25	280	7000	4935,5	2064,5	1,418296019

Fuente: Elaboración propia

**TABLA 44. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización, estudio de caso industrial, municipio de Sipe Sipe, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata local	3250	80	1	80	3170	4935,5	-1765,5
Lata externa	6125	5	25	125	6000	4935,5	1064,5
Barril	7000	3	25	75	6925	4935,5	1989,5

Fuente: Elaboración propia.

Los valores registrados presenta característica particulares de acuerdo al tipo de elaboración que en este caso es de carácter industrial, donde los volúmenes producidos son considerablemente altos, en el caso del elaborador industrial del municipio de Cliza, en este caso en particular elabora chicha cada dos meses, la producción total esta destinada al mercado del departamento de Oruro, cabe mencionar que la apertura de

este mercado tiene bases fuertes tanto en la demanda del producto como en el tipo de relacionamientos sociales, en este caso el contacto se realizó por medio de un compadre. Dentro del municipio de Cliza se encuentran un número considerable de elaboradores y hasta familias enteras dedicadas a dicha actividad, cubriendo tanto el mercado local, como el departamental y hasta intermunicipal, lo que genera riesgos para los elaboradores de otros municipios, se han reportado casos como el de Villa Rivero (Punata) donde el ingreso de la chicha cliceña ha diezmando la producción local a tal punto que de los 10 elaboradores que existían ahora solo se cuentan con tres hasta la fecha.

El caso del municipio de Punata tiene una tónica diferente ya que la gran mayoría de la producción de chicha industrial está destinada a cubrir el mercado local, intermunicipal y en algunos casos aislados se destina la producción a mercados ya establecidos en Cochabamba, Santa Cruz y Oruro, el último con muy poca demanda ya que la producción de chicha cliceña cubre el mismo. Se han registrado por medio de la entrevista que en algunas ocasiones emigrantes bolivianos logran llevar la chicha de Punata a otros países tales como Argentina y Perú, esta peculiaridad se manifiesta por la presencia de bolivianos en los países ya mencionados.

El municipio de Sipe Sipe no presenta una actividad industrial grande, los pocos elaboradores encargados de este rubro solo cubren el consumo interno y a comunidades aledañas, solo existen dos industriales registrados dentro del municipio, los mismos presentan una actividad similar aun que con algunas particularidades, en el caso de Doña Arminda Medrano, quien logra llevar su chicha al departamento de La Paz y Cochabamba, esto previo contrato con la elaboradora. Sipe Sipe al margen de producir chicha también se encuentra la elaboración de guarapo, actividad paralela a la de la chicha, atreviéndose a asegurar que existe mayor cantidad de gente destinada a esta actividad mas que a la producción de chicha. Cabe mencionar que cuando se realiza la venta directa por barriles la yapa que se brinda normalmente es de dos a tres latas, asumiendo el costo por lata externa venta es lo que se asumió para el análisis.

A continuación se realizó el análisis comparativo de la producción industrial en los municipios de de Cliza, Punata y Sipe Sipe, obteniendo los siguientes resultados:

**TABLA 45. Comparación de costos fijos, variables y número de barriles obtenidos, en los tres municipios, expresado en Bs**

MUNICIPIO	C.F (Bs)	C.V (Bs)	Nº Barriles	C.T
<b>ZONA VALLES</b>				
Cliza	41346	9674	20	51020
Punata	53446	2302,3	6	55748,3
<b>ZONA ANDINA</b>				
Sipe Sipe	32565	4935,5	35	37500,5

Fuente: Elaboración Propia.

En la totalidad de los casos los costos fijos son relativamente altos y más aun cuando se elabora de forma industrial tal es el caso de los tres municipios analizados, hay que tener en cuenta que la infraestructura se va adquiriendo de a poco en muchos caso es herencia de los padres que también se dedicaban a esta actividad.

El caso de Punata registra valores un tanto bajos, esto se debe que los 6 barriles que obtiene es por la elaboración de un día, en total al mes doña Carmen llega a destinar al mercado un total de 36 barriles, los cuales los distribuye a mayoristas y minoristas en Cochabamba, en un porcentaje bajo distribuye a algunas comunidades aledañas al municipio, en algunas ocasiones los volúmenes de producción se incrementen, la cual esta destinada a un contrato.

Dentro de las particularidades que se presentan en el municipio de Sipe Sipe, es específico Doña Arminda obtiene de la producción de chicha 35 barriles de los cuales un 30% destina a la comercialización dentro su local, donde el costo por lata es de 30 Bs; el 70% de la producción esta destinada al mercado externos, nos referimos a comunidades aledañas y a nivel nacional como ser hacia La Paz y Cochabamba.

Seguidamente se presenta el análisis comparativo dentro los tres municipios donde se produce chicha con características industriales, tomando en cuenta en la

comercialización de chicha la emisión de la galeta y yapa, aspecto social de trascendencia considerado dentro el análisis.

**TABLA 46. Comparación entre utilidad bruta con emisión de galeta y yapa, utilidad bruta; y relación de beneficio/costo en los tres municipios donde se produce chicha industrial.**

PRESENTACIONES PARA LA COMERCIALIZACION					
MUNICIPIO	BOLIVIANOS	Lata Local	Lata Externa	Barril	Pomo
CLIZA	U.B			5326	5326
	U.B Galeta y Yapa			5266	5266
	Rel. B/C			1,55	1,55
PUNATA	U.B			-502,3	-382,3
	U.B Galeta y Yapa			-1102,3	-702,3
	Rel. B/C			0,76	0,83
SIPE SIPE	U.B	-1785,5	1189,5	2064,5	
	U.B Galeta y Yapa	-1765,5	1014,5	1989,5	
	Rel. B/C	0,63	1,24	1,41	

Fuente: Elaboración Propia.

Como se puede observar en el caso de la comercialización de chicha industrial en los municipios citados, la relación beneficio/costo es variable presentándose en algunos caso una relación positiva, eso quiere decir que el valor obtenido es mayor a uno, por lo que se percibe beneficio económico en la comercialización de chicha, se contempla que paralelamente del beneficio económico obtenido existe un beneficio social, nos referimos a lo que se ha estado desarrollando en anteriores análisis, el prestigio que esta ligado a la calidad de chicha que se produce y la que es calificada y aceptada por los consumidores que acuden al consumo de la misma, rescatar el aspecto de la retribución social, en lo que respecta a la emisión de la galeta y yapa en la comercialización, aspecto determinante dentro de la comercialización y de significancia para el consumidor ya que si se obvia este aspecto es visto de mal gusto por parte de los consumidores, ahuyentándolos del lugar, como lo menciona Doña Betha (Municipio de Arbieto):

“Si no se galeata o se yapa las personas no vuelven y es mal visto por los demás... tienes que galeatear y mejor si es a un conocido o familiar, tienes que darles mas....es parte del cariño de la chichera”

### **4.3. INGRESOS MONETARIOS Y NO MONETARIOS EN LA PRODUCCIÓN DE CHICHA.**

En el siguiente análisis se contemplan los subproductos que se obtienen por la producción de chicha y el comportamiento y destinos de los mismos.

#### **4.3.1. Ingresos monetarios por los subproductos.**

Lo que respecta a los subproducto que en este caso es el janchi y la borra<sup>22</sup> son empleados en el municipio de Arbieto, Cliza, Punta, Independencia, Sipe Sipe y Tapacarí pueblo para la alimentación de animales como ser cerdos, vacas, patos, conejos, gallinas, etc; en algunos casos muchos elaboradores de forma paralela a la producción de chicha crían cerdos para comercializarlos en las ferias obteniendo de 200 a 2000 Bs esto dependiendo del tamaño del animal, es un dato que presenta mucha variación o bien para autoconsumo. Se registran casos en Punata, Sipe Sipe e Independencia en los que comercializan chicharrón de cerdo o de pollo acompañado de la venta de chicha, que también es una característica dentro la comercialización de chicha, tal es el caso de Doña Elena Tapia (Municipio de Arbieto) que los días domingos o en ocasiones especiales preparar chicharrón de pollo y de cerdo, los cuales comercializa conjuntamente con la chicha.

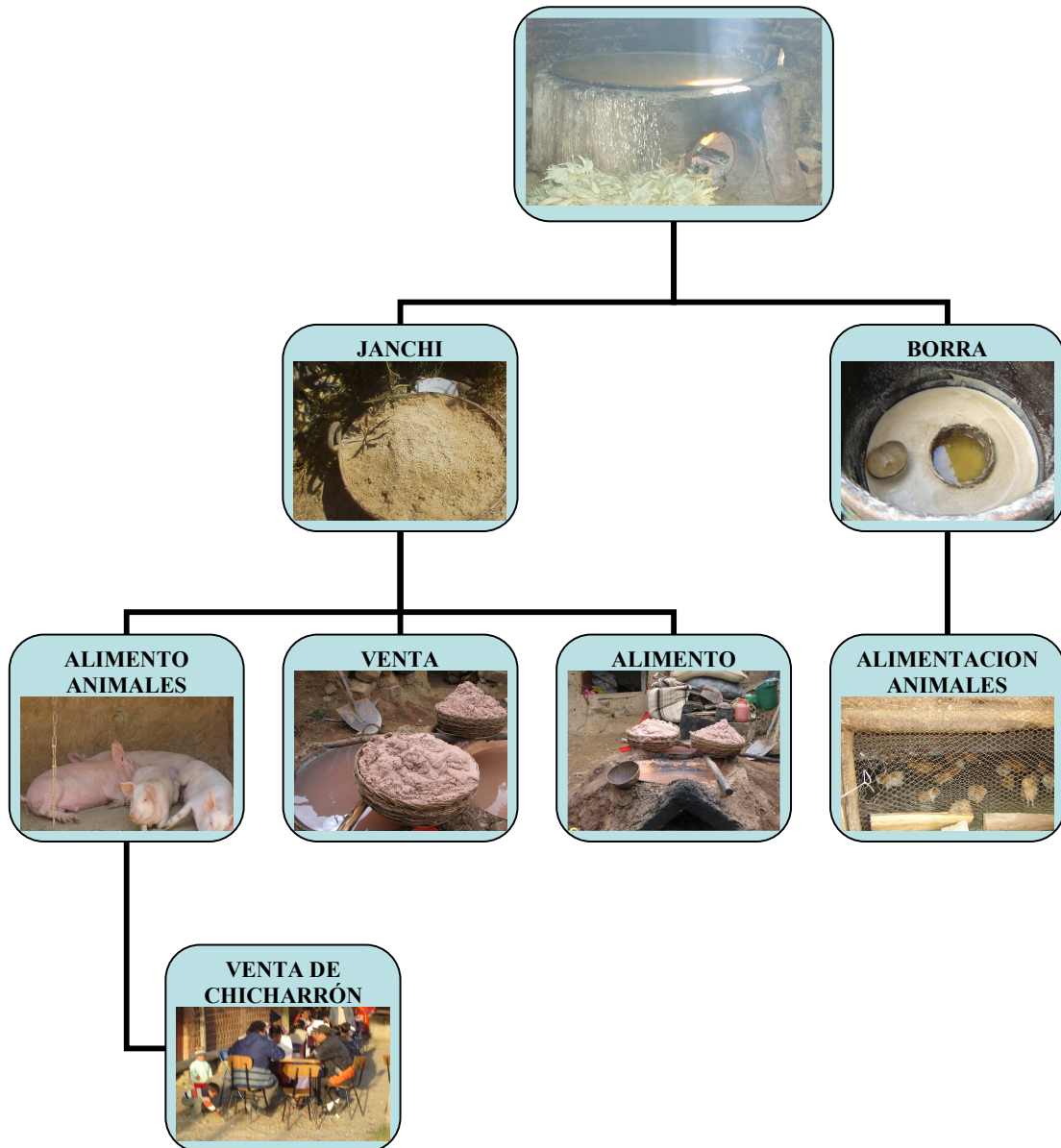
El janchi y la borra algunos elaboradores comercializan en latas en precios que oscilan entre los 5 a 15 Bs por lata de este subproducto o bien cuando no cuentan con la infraestructura para la elaboración de chicha, optan por el flete del fogón y demás utensilios necesarios para la elaboración de chicha de algún conocido, al que al margen

---

<sup>22</sup> Borra.- Parte sólida y espesa restante del proceso de elaboración de chicha, normalmente se emplea en la alimentación de ganado porcino.

de pagar el alquiler dejan el janchi y la borra en forma de retribución por el favor realizado, este caso se presenta en el municipio de Independencia y Tapacari pueblo.

**GRAFICA 1. Usos de los subproductos de la chicha.**



Fuente: Elaboración propia.

En el caso de Tapacari comunidad de Tres Cruces el janchi se emplea como un alimento<sup>23</sup> más, con una preparación de características peculiares, al margen de emplearse para la cría de animales.

Se registran casos como en el municipio de Independencia con el s'utu<sup>24</sup> se emplean para la confección y fabricación de sombreros de lana de oveja.

#### 4.3.2. Ingresos no monetarios.

Se pueden mencionar los siguientes:

*Prestigio.-* Aspecto social muy importante dentro la comercialización de la chicha, se puede decir que los elaboradores de los diferentes municipios en el que se llevo a cabo el estudio toman en cuenta este aspecto ya que va a influir en la venta de su producción y los alcances de la misma. Se presenta casos como el de Doña Miguelina Coca (Municipio de Cliza) y Doña Adriana Rodrigues (Municipio de Independencia) en los que no importa tanto el aspecto económico si no la presencia social y la aceptación dentro los consumidores del pueblo de su chicha. Como ya se menciona con anterioridad dentro la cosmovisión andina la riqueza se mide por la tenencia de afectos sociales y no por los materiales, aspecto a tomar en cuenta que delimita las características sociales dentro del diario vivir de elaboradores de chicha y mas aún en el caso de la chicha, bebida trascendental para el desarrollo de actividades sociales y laborales (agricultura) dentro de los municipios y comunidades. Respaldando este criterio se rescata las experiencias obtenidas dentro el municipio de Arbieto, en la que pobladores manifiestan que una persona es rica mientras más conocidos, amistades y familiares tengan y no así cuantas cosas materiales pueda acumular.

---

<sup>23</sup> El tema de “Usos medicinales, alimenticios y otros de la chicha tradicional de maíz y sus subproductos en los municipios de Arbieto, Cliza, Punata, Independencia, Tapacari y Sipe Sipe del departamento de Cochabamba” tesis de pre grado elaborada por Marilu Balderrama.

<sup>24</sup> S'utu.- Denominación al proceso de obtener chicha, empleando la borra la cual con ayuda de saquillo se escurre el líquido de la misma, obteniendo una chicha pero con mayor fuerza.

*Reciprocidad.*- En el sentido de ayuda, colaboración entre dos personas, la chicha es mediadora en este tipo de aspectos, la ayuda de compadres, amistades allegadas en procesos de elaboración, se ha visto casos en los que regalan una cantidad considerable de chicha cuando una persona cercana a colaborado en el proceso de elaboración, además tener en cuenta la retribución haciendo que se consuma la chicha en cadena, los amigos de sus amigos y etc. Se menciona el caso de Doña Adriana Rodríguez (Municipio de Independencia) en algunos de los procesos de elaboración de chicha colabora su comadre, a la cual retribuye su ayuda regalándole un porcentaje de la chicha que se elaboro, o caso contrario doña Adriana colabora en otra actividad que así lo requiera su comadre, rescatar que en el caso de doña Adriana en específico que presenta el flete tanto del fogón como otros implementos para realizar la chicha de otra de sus comadres, en este caso al margen de pagar un suma por el alquiler de los instrumentos, doña Adriana deje todo el janchy y borra para el uso de su comadre, esto en forma de retribución. En cuento a los demás municipios del valle tal es el caso de Arbieta se han registrado casos en los que se maíz por chicha, describiendo un poco la actividad en la que un productor de maíz deja cierta cantidad del mismo a un elaborador de chicha conocido, quien entrega la chicha obtenida, normalmente esto se presenta cuando existe algún acontecimiento especial (cumpleaños, matrimonios, etc).

*Compadrazgos y festividades.*- Se ha podido constatar que muchas elaboraciones son regalos de las personas que son pasantes, padrinos, etc en algunas festividades o cumpleaños, generando una expectativa social grande, mientras mejor elaborada este la chicha mejor y de que elaborador. Dentro los seis municipios se ha podido observar estas características, tal es el caso de la festividad de la Virgen de Dolores en el municipio de Tapacari, festividad en la que genera un gran moviendo, en este caso el pasante de la fiesta contrata a personas para que elaboren chichas, asegurándose que las mismas sean las mejores del pueblo, ya que es un atención que se esta realizando y además es

para consagrar la fe del pasante hacia la Virgen, se rescata también la participación de las comunidades que comprenden el municipio de Tapacari, quienes acuden a la festividad no con las manos vacías, si no que traen chicha elaborada en sus comunidades.

#### 4.3.3. Aspectos sociales.

Ya se mencionaron algunos, tomando en cuenta el calendario agrícola el cual es muy importante para el desarrollo de actividades agrícolas en base a festividades religiosas y el consumo de chicha, por ejemplo para la siembra y cosecha de maíz aun existe el ayni<sup>25</sup> donde la presencia de chicha es muy importante, es el vínculo dinamizador para esta actividad. Dentro de los municipios de Arbieto, Punata y Cliza para la cosecha de maíz, actividad agrícola de mucha importancia en la que se contratan jornaleros<sup>26</sup> a los que se les suministra de chicha para que realicen las actividades agrícolas correspondientes, siendo esto ya una norma y tradición tanto para jornaleros como agricultores.

Sellar un compadrazgo es importante y en dicho acontecimiento se encuentra presenta la chicha como elemento esencial e imprescindible para el desarrollo de la misma, dichas actividades se manifiestan dentro los espacios de las chicherías, los cuales se han convertido en ambiente sociales importantes para los consumidores, donde se encuentran todo tipo de personas, mencionar que en el caso de Punata y Cliza los días en los que se realizan las ferias respectivas en los municipios mencionados existió la comercialización de chicha en chicherías que se encuentran en la periferia del la feria, en las que se ha observado el intercambio de productos, cerrar tratos de compra y venta, ampliar círculos sociales, etc en los que la chicha y el consumo de la misma generan dichas características.

---

<sup>25</sup> Ayni.- Aspecto social de reciprocidad en el que comparte las labores agrícolas más que todo, enmarcadas en la ayuda en actividades de siembra, cosecha, etc, en la que se retribuye con el doble de trabajo.

<sup>26</sup> Jornaleros.- Personas que realizan actividades específicas, a quienes se paga por horas de trabajo. Forma de contrato de trabajo a destajo.

La chicha esta presenta en la mayoría de los acontecimientos sociales que se desarrollan dentro los seis municipios, es una bebida imprescindible y dinamizador de relaciones sociales, en si se atreve a asegurar que la chicha representa un motor importante para las emociones, por el que se manifiestan expresiones de felicidad, tristeza, fiesta, vida, muerte, salud, etc; y que esta presente en el diario vivir de las familias campesinas.

#### 4.3.4. Aspectos Culturales.

La chicha esta presenta en muchos de los rituales y tradiciones de nuestros pueblos, la ch'alla de cualquier objeto o lugar para atraer la suerte, en las k'oas y otros rituales en los que la calidad de la chicha y de quien la ha elaborado influye en el desarrollo de dichas actividades.

Dentro de estos rituales y tradiciones podemos nombrar algunos que se identificaron dentro los seis municipios como ser: Ch'allas, K'oas, festividades como Todos Santos, Semana santa, San Juan, festividades religiosas, en el caso de Cochabamba la festividad de Santa Vera Cruz y otras en las que el consumo de chicha esta presente y es de importancia para llevara a cabo todas estas celebraciones.

En el caso del municipio de Independencia en la festividad de todos Santos, la cual se caracteriza por la veneración a los seres queridos fallecidos, para los que se realiza el armado de una mesa en los domicilios, en la que se exponen las comidas que mas le apetecían al difunto, un característica a resaltar es las visitas que se realizan a las diferentes mesas en las que se comparte un casco de chicha en honor del difunto. Días después la misma mesa se traslada al cementerio general, lugar donde se vela al difunto, el consumo de chicha es un aspecto dinamizador, ya que cada visitante se sirve un poco de chicha después de haber rezado por el alma del difunto.

Como se puede apreciar la chicha y su consumo aun es importante dentro de la cultura de nuestros pueblos, arraigada a nuestras raíces y a nuestros antepasados, no

podemos negar el origen de nuestra cultura y las características de la misma, en la que se encuentra la chicha como bebida ancestral y de valor cultural muy grande.

#### **4.4. FLUJO Y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE CHICHA DENTRO LOS SEIS MUNICIPIOS.**

Se llevara a cabo el análisis del flujo y canales de comercialización de chicha, aspecto importante para determinar destinos y el comportamiento económico y social, tomando en cuenta el contexto respectivo para que la información no sea sesgada.

Para que no se genere confusión en la terminología respecto a conceptos como flujo y canales, se describe y define los mismos:

- Flujo.- Concepto que describe en este caso el destino de la producción de chicha, si el mismo es eficiente en términos de referencia de la cadena identificada.
- Canal.- Concepto que se aplica en este caso a agentes dentro de la cadena identifica de efectivizar el flujo de chicha y que características posee.

Para establecer parámetros de comparación se llevara a cabo la determinación de los flujos y su análisis a partir de los municipios que presentan elaboraciones de chicha industrial, tal es el caso de Cliza, Punata y Sipe Sipe.

4.4.1 Flujos y canales de comercialización de chicha industrial en los municipios de Cliza, Punata y Sipe Sipe.

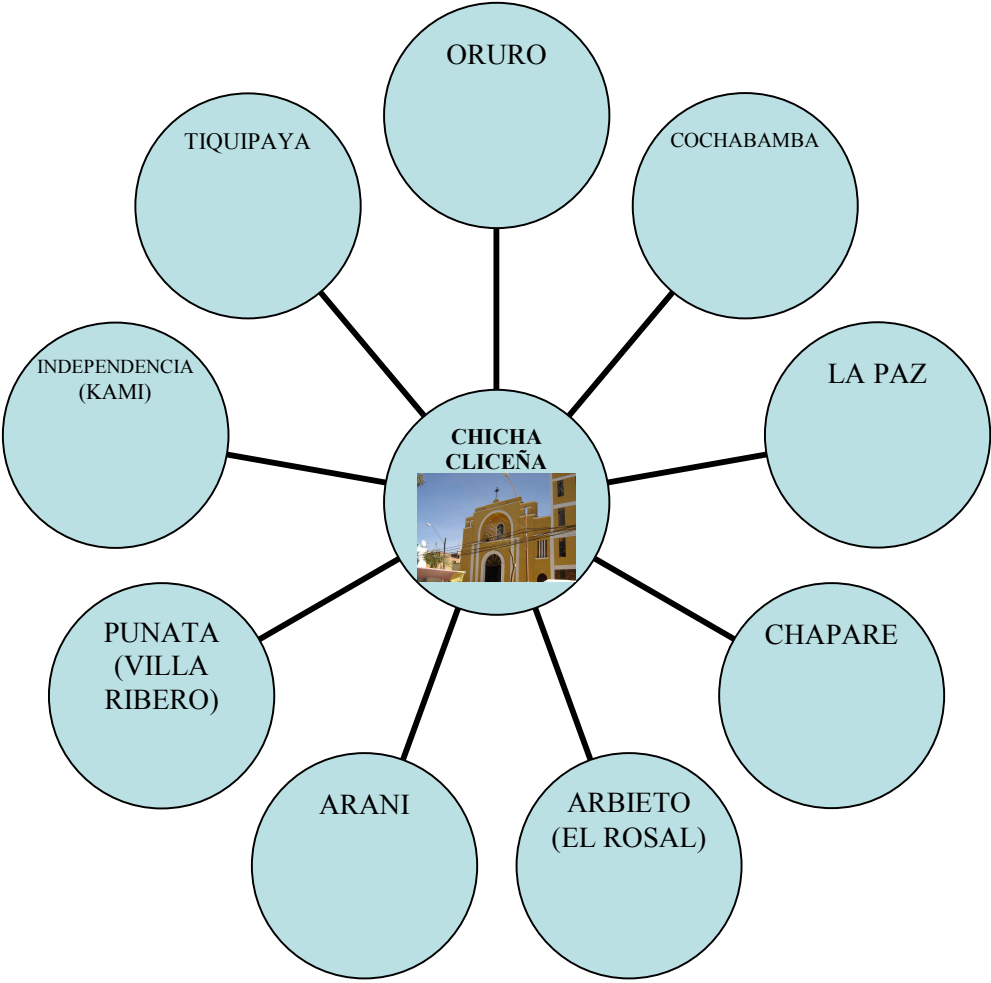
Para una mejor comprensión y análisis se presenta la descripción de las características de los municipios de Cliza, Punata y Sipe Sipe, posteriormente se analizará de forma comparativa.

#### 4.4.1.1. Municipio de Cliza.

El municipio de Cliza es considerado un municipio donde la actividad de la producción de chicha tiene alcances grandes y significativos en relación de otros municipios, ya que es una actividad en la que la mayoría de sus pobladores están dedicados.

Por medio del siguiente grafico se explicara el flujo de comercialización de chicha tanto de forma interna como externa.

**GRAFICA 2. FLUJO DE COMERCIALIZACION DE CHICHA INDUSTRIAL DEL MUNICIPIO DE CLIZA.**



4.4.1.1.1. Flujo y Canales Internos.

La comercialización de chicha interna en Cliza tiene características mayoristas y minoristas, con referencia en que los grandes productores de chicha destinan la misma a revendedores dentro el municipio y muchos de ellos se ocupan de

comercializar a pequeñas acopiadoras por así denominarlo quienes vende en forma informal. En Cliza y en todas sus zonas existe elaboración de chicha que puede ser de forma ocasional o permanente.

La forma de contacto para realizar esta actividad es por relaciones directas o bien personas interesadas en el comercio de forma minorista de chicha se dirigen a los grandes elaboradores, sin intermediarios, la asociación de chicheros no tiene ninguna función ni es mediadora para establecer contactos o vínculos comerciales.

Cabe mencionar que la chicha destinada al consumo interno es en un pequeño porcentaje en relación a la que se destina a mercados externos. Los días domingos que se realiza la feria se puede encontrar con mayor disponibilidad chicha en relación a otros días donde es menor.

#### 4.4.1.1.2. Flujo y Canales Externos.

Cliza se caracteriza por haber roto con las fronteras en cuanto a la comercialización de chicha. Como se puede observar en el grafico N° 2, el destino de la producción de muchos de los elaboradores tiene objetivos ínter departamentales, tal es el caso de Oruro, La Paz y Cochabamba.

Sin importar en este caso la calidad de chicha que se va exportar, solo el destino y el precio de venta, que en la mayoría de los casos son precios bajos en comparación a la elaboración de chicha de otros municipios, lo que genera una competencia desleal e inescrupulosa, mermando la producción de otros municipios o secciones tal es el caso de Villa Ribero en Punata que ya hace ocho años atrás la internación de chicha de Cliza a ocasionado que muchas chicheras de la zona dejan de elaborar dicha bebida, apoderándose de el mercado en el que el juego de la oferta y la demanda es practicado sin consideraciones.

Los contactos se establecen, por medio de elaboradores reconocidos en Cliza y por la reputación que gozan de producir volúmenes grandes con poco requerimiento de insumos, no obstante las ferias tanto comunales como municipales en las que la chicha cliceña ya tiene su espacio, considerando que la feria de Cliza aglomera una gran cantidad de productores de maíz, siendo un centro de abastecimiento del mismo considerable.

Se ha podido constatar que existen cliceños que residen en otros municipios tal es el caso de Tiquipaya en el que se concentran elaboradores de chicha, por lo que la producción y distribución de esta bebida ya no es solo a nivel del valle alto si no que ya se ha concentrado en el valle bajo, cubriendo muchos municipios de la zona.

Cabe mencionar que la potencialidad del mercado de chicha cliceña radica en su industrialización, el uso de gas industrial es un factor favorable para disminuir tiempo en el proceso de elaboración de chicha y de esa manera cubrir mas mercados, los que a su vez demandan dicha producción.

Algunos municipios han tomado carta en el asunto, promoviendo la producción de chicha dentro sus municipios y promulgando ordenanzas municipales las que prohíben el ingreso de otras chichas, de esta forma dan prioridad a la producción interna y el consumo de la misma, tal es el caso de los municipios de Arbieto, Sipe Sipe y Punata.

Pese a que los consumidores no están satisfechos con la calidad de la chicha cliceña, demandan el producto por la simple razón de que el precio es muy bajo, nos referimos a 10 Bs por lata.

En lo que respecta a los canales identificados se manifiestan de la siguiente manera, para el caso de la comercialización hacia Oruro, La Paz y Cochabamba la chicha, para el caso de Oruro el estudio de caso que se siguió fue de Don Francisco, quien lleva su producción de Cliza hacia un contacto ya establecido que solicita cierto

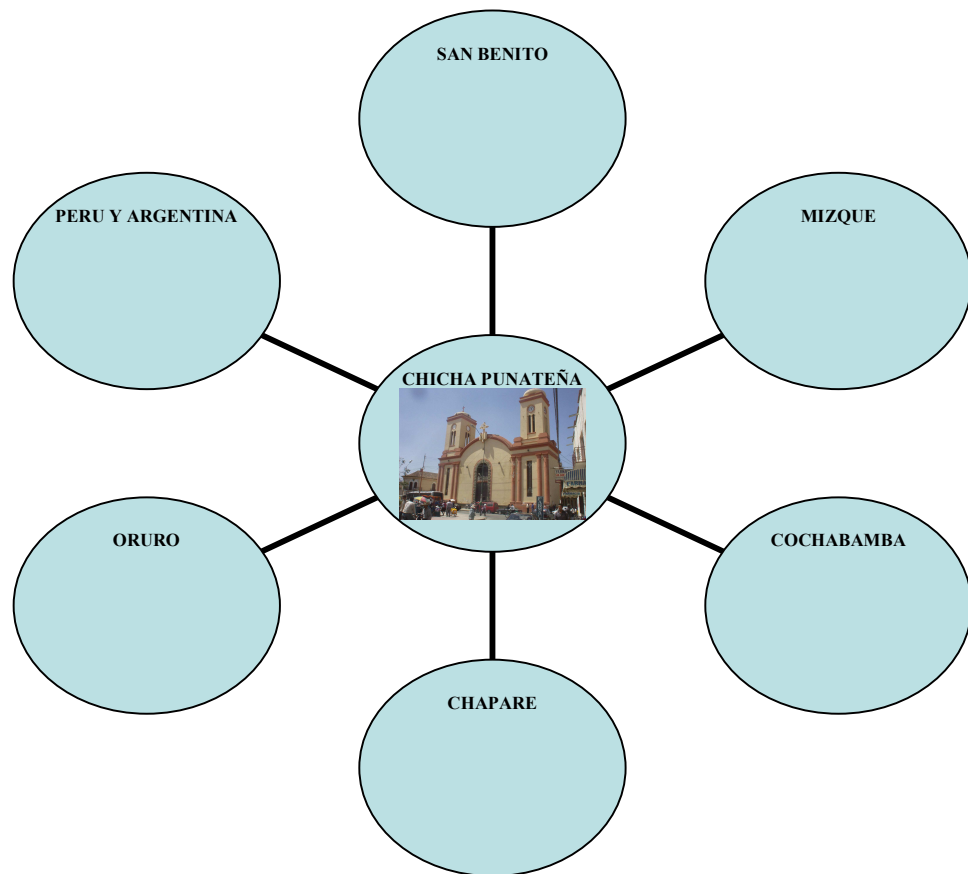
volumen de chicha, normalmente se encarga del envío en persona, una vez en Oruro la producción la recibe el contacto, el cual se encarga de comercializarla en su local, en algunos casos se presentan compradores minoristas, pero esto es en casos aislados. Para el caso de La Paz y Cochabamba se presenta el mismo tratamiento, solo que en el mercado cochabambino se caracteriza por aglomerar comercializadores minoristas los que se encargan de la distribución para el consumo en locales específicos.

Un dato importante con el que se cuenta es que por el momento no se ha registrado la intrusión de chicha de otros municipios dentro del municipio de Cliza, esto por la razón que el mercado de chicha cliceña tiene un mercado controlado el cual tiende a un monopolio.

#### 4.4.1.2. Municipio de Punata.

A través del siguiente gráfico se explicará el flujo de comercialización de chicha tanto de forma interna como externa.

**GRAFICA 3. FLUJO DE COMERCIALIZACION DE CHICHA INDUSTRIAL DEL MUNICIPIO DE PUNATA.**



#### 4.4.1.2.1. Flujo y Canales Internos.

De acuerdo al sondeo y la investigación que se llevo a cabo el flujo de comercialización y consumo dentro Punata no sufre variación alguna, ya que cuenta con elaboradoras permanentes quienes cubren el requerimiento y demanda interna.

Los nexos de contactos dentro el municipio se basan en el prestigio y calidad de chicha que se comercializa, aquellos locales o chicherias que gozan de de buena reputación se encuentran llenos. La producción de chicha para el consumo interno se encuentra en las ferias comunales que se llevan a cabo y con mayor fuerza en la feria

municipal los días domingos, comercializando chicha en la periferia donde se lleva a cabo dicha feria.

Punata cuenta con un buen control sobre las chichas que circulan en el medio ya que cuentan con retenes donde se encargan de fiscalizar tanto el ingreso como la salida de chicha cobrando impuestos a la misma, la asociación cumple una buena labor al respecto, hasta el momento no se cuenta con internación de chicha procedente de otros municipio.

Los canales identificados para la comercialización de chicha dentro el municipio son directos ya que va del elaborador al consumidor sin ningún intermediario, existen casos aislados en los que comerciantes minoristas comercializan la chicha que se elabora en el pueblo en las diferentes comunidades aledañas al municipio y ferias comunales.

#### 4.4.1.2.2. Flujo y Canales Externos.

Como se puede apreciar en el grafico N°3, la chicha punateña cubre mercados departamentales tal es el caso de Oruro y Cochabamba, siendo este el destino de preferencia para mucha de la chicha que se produce en forma industrial, tal es el caso de Doña Carmen Torrico quien se dedica a abastecer el mercado cochabambino con contactos ya establecidos y los que mantiene por la calidad de sus elaboraciones, tiempos de entrega y manteniendo contentos a los consumidores y revendedores a quienes extiende yapas considerables. En el caso del departamento de Oruro son casos aislados los que realizan la comercialización a dicho departamento, los cuales se realizan por medio de contrataciones por volumen relativamente grandes y entregadas al la persona con quien se hizo el contrato, los que normalmente son dueños de locales.

Se ha podido constatar que en algunas ocasiones existe salida de chicha de Punata hacia el Perú y Argentina, esto debido a que los residentes que se encuentran en esos países demandan este producto, de igual manera se presenta en algunos casos en

Cochabamba en el que residentes punateños comercializan chicha en el departamento, tal es el caso del local Konos ubicado en la Av. América y Juan de la Rosa, local donde se comercializa chicha elaborada en Punata.

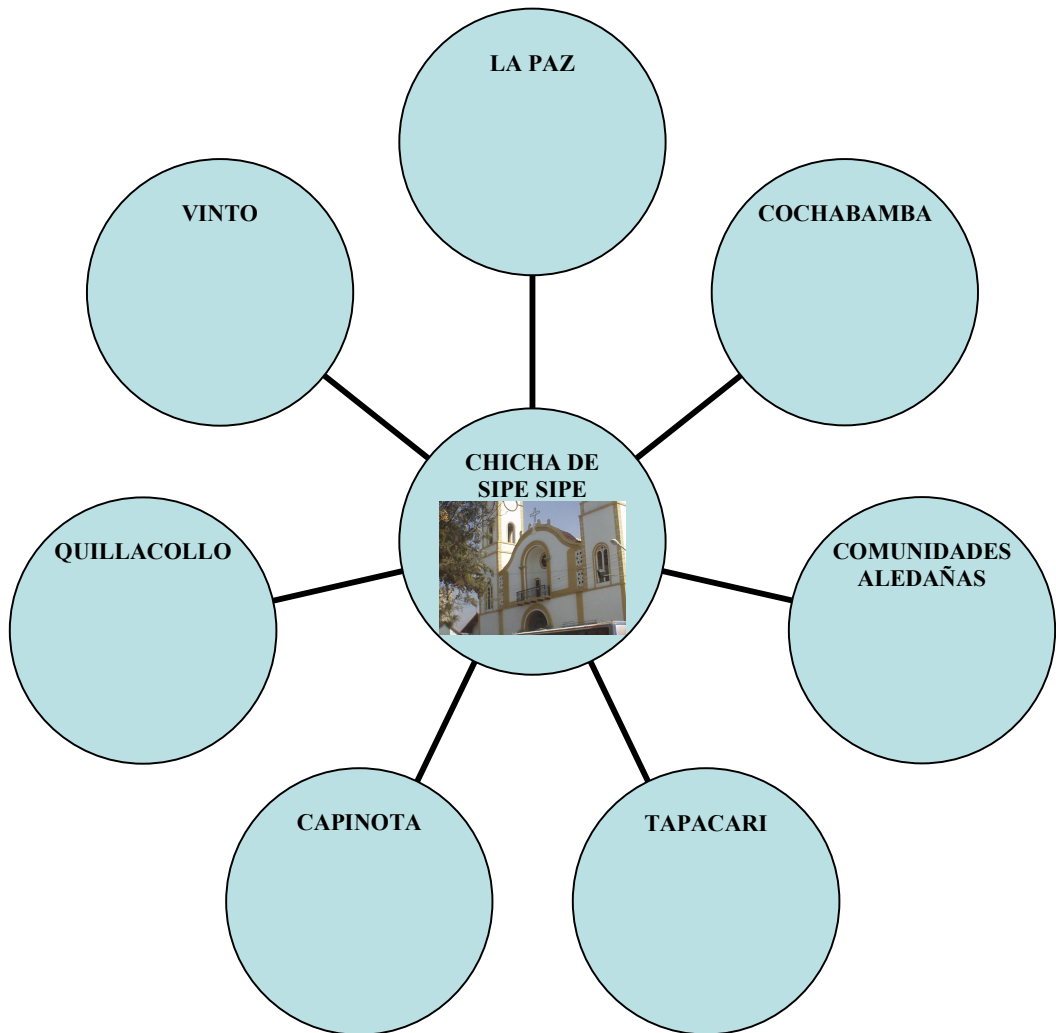
En municipios aledaños a Punata se encuentra chicha elaborada que traen del pueblo, pero no a la escala de que presenta la chicha clicheña, son revendedores minoristas que por la cercanía con el municipio importan chicha del mismo, tal es el caso de San Benito. El consumo y comercialización se lo lleva a cabo en chicherías de la zona, ambientes habilitados en los mismos domicilios de los pobladores, también se observa el consumo de chicha en pequeñas ferias comunales que se llevan a cabo normalmente los días sábados o domingos. En el caso de San Benito por medio de fuentes que son los mismos productores que comercializan chicha punateña hacia ese mercado, afirman que existen algunas chicherías en el municipio pero que los consumidores prefieren la chicha de Punata por su calidad y fuerza.

Los canales identificados en la comercialización de chicha externa en el municipio de Punata, corresponde a elaboradores quienes son los encargados de producir y transportar la producción hacia otros mercados, en los que ya se cuentan con contactos quienes reciben la producción y la comercializan al consumidor en general.

#### 4.4.1.3. Municipio de Sipe Sipe.

Por medio del siguiente gráfico N°4, se explicará el flujo de comercialización de chicha tanto de forma interna como externa.

**GRAFICA 4. FLUJO DE COMERCIALIZACION DE CHICHA INDUSTRIAL DEL MUNICIPIO DE SIPE SIPE.**



#### 4.4.1.3.1. Flujo Y Canales Internos.

La comercialización y el consumo de chicha en Sipe Sipe la cubren los elaboradores del municipio de forma independiente ya que cada elaborador cuenta con su local o chichería para el expendio de chicha.

Por el momento no presenta problemas en la internación de chicha de otros municipios, aunque existen casos aislados pero no es una actividad que por el momento tienda a incrementarse.

El consumo de chicha y comercialización en comunidades aledañas las cubren algunas chicheras pero son pocos casos y no muy frecuentes ya que existe producción propia, destacándose la elaboración en makha akha<sup>27</sup> que hace que la chicha sea mas apetecible por muchos consumidores.

Normalmente el consumo de chicha esta en función de las elaboradores de chicha, un dato importante es que cada primer viernes el consumidor tiene mayor accesibilidad al consumo ya que casi todas las chicheras elaboran para esa fecha. En el caso de Doña Alicia Rojas quien elabora chicha cada miércoles y sábado, la que comercializa en su local el cual goza de buena reputación y a la que acuden sin falta los días viernes y sábado consumidores tanto del pueblo como de la afueras.

La comercialización es directa, logrando destacar dos canales en el proceso, los que son los elaboradores y el consumidor, en algunos caso aislados se presenta la comercialización en la que comerciantes minoristas formas un canal intermedio entre el elaborador y el consumidor, esto se genera tanto dentro el municipio como fuera del mismo.

#### 4.4.1.3.2. Flujo y Canales Externos.

Como se observa en el gráfico algunas elaboradoras industriales tal es el caso de doña Arminda Medrano quien se dedicas a la exportación de chicha al departamento de La Paz y a comunidades y municipios aledaños de Sipe Sipe; la mayoría de los contacto que tiene doña Arminda es gracias a su local, el mismo es una fuente de consumo y de ampliar su mercado por el roce social que se genera en el lugar.

---

<sup>27</sup> Mankha Akha.- Forma ancestral de elaboración de chicha tradicional empleando ollas de barro en lugar de pailas.

En muchos casos la salida de chicha de Sipe Sipe es por pedido gracias a una festividad religiosa de algún conocido o por algún acontecimiento social (cumpleaños, bautizos, etc).

Sipe Sipe no cuenta aun con la agresividad de ampliar las fronteras para la comercialización de chicha, ya que se concentra en el consumo interno, y por la elaboración en forma paralela del guarapo, bebida que tiene mayor demanda respecto a la chicha en este municipio. La elaboración del guarapo es una actividad que se genera dentro el municipio y con muy buenas proyecciones al mercado externo de forma paralela a la chicha, el cual tiene mayor cobertura que la chicha, pero aspecto que no repliega la producción de chicha y no quita importancia a la misma ya que el municipio cuenta con una asociación de chicheros quienes se encargan de mantener vigente esta actividad.

De acuerdo al análisis realizado respecto a la comercialización de chicha industrial en los municipios de Cliza, Punata y Sipe Sipe en los que existen particularidades las que se describieron con anterioridad, dentro de las que podemos resaltar el impacto que tiene la comercialización de la chicha de proviniste del municipio de Cliza, la que ha acaparado mercados a nivel inter municipal, comunal y hasta departamental, mermando la producción de algunos sectores de otros municipios tal es el caso de Villa Rivero en el municipio de Punata y abarcando mercados en comunidades de otros municipios, tal es el caso de la comunidad de Kami perteneciente al municipio de Independencia.

La producción y comercialización de chicha industrial dentro del municipio de Cliza tiende a monopolizarse, extendiéndose incluso al asentamiento de productores de chicha cliceños dentro de otros municipios, tal es el caso de Tiquipaya donde ya se cuenta con un número considerable de residentes cliceños que se dedican a esta actividad.

#### 4.4.2. Flujo y Canales de comercialización de chicha en los municipios de Arbieto, Independencia y Tapacari.

La actividad de comercialización de chicha en los municipios de Arbieto, Independencia y Tapacari presenta diferencias en cuanto a la comercialización de chicha industrial descrita y analizada anteriormente, la característica común entre los tres municipios esta dirigida a la comercialización de chicha de forma interna y en algunos casos a nivel de ferias comunales, tal es el caso del municipio de Tapacari e Independencia en los que el flujo de chicha se concentra dentro lo que es el centro poblado, o sea el pueblo y algunos elaboradores tal es el caso de doña Hilda (Tapacari) y Gualberto Mendoza (Independencia) los que comercializan su producción a nivel interno y a través de ferias comunales, siendo los únicos canales de comercialización directos el elaborador y el consumidor ya que se presenta que el mismo elaborador se traslada a las comunidades los días de feria para comercializar su producción o bien ya tiene un contacto a nivel minorista quien realiza esta actividad. En el caso del municipio de Arbieto el flujo de chicha es interno y algunas veces cubre mercados de Cochabamba pero es en raras ocasiones cuando se requiere o es por algún pedido, en este caso el canal de comercialización es directo elaborador – consumidor sin intermediario alguno.

#### **4.5. CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS Y CULTURALES DE LOS SEIS MUNICIPIOS EN TORNO A LA CHICHA.**

El estudio se llevó a cabo en seis municipios, tres de la zona de los valles (Arbieto, Cliza y Punata) y tres de la zona andina (Independencia, Tapacari y Sipe Sipe). Para la selección de los municipios se partió de los siguientes criterios: Por la tradición del valle alto en la elaboración de chicha de maíz y la importancia que adquiere la misma en su diario vivir, el segundo criterio por los contactos personales de los coordinadores del proyecto y por la presencia y años de trabajo realizado por AGRUCO en los municipios identificados para el estudio.

#### 4.5.1. Aspectos Socioeconómicos.

Dentro de los aspectos socioeconómicos podemos rescatar un factor común dentro de los municipios de la zona de los valles (Arbieto, Cliza y Punata), la actividad agrícola que se desarrolla dentro de los mismos por excelencia, tomando en cuenta el calendario agrícola en el que la mayoría de las actividades tales como siembra, labores culturales y cosechas están ligadas al consumo de chicha y rituales con base importante en el uso de esta bebida. Rescatar que el insumo principal para la elaboración de chicha es el maíz, el cual se encuentra con mayor accesibilidad en la zona de los valles, convirtiéndola en una zona chichera por excelencia.

En el caso de la zona Andina (Independencia, Sipe Sipe y Tapacari) en los que la actividad agrícola representa la mayor fuente de ingresos para las familias campesinas, con la diferencia en cuento a la zona de los valles por la poca disponibilidad de productos que se producen en zonas bajas, no obstante la diversidad de ecosistemas a permitido acceder a cultivos de zonas bajas como el cultivo del maíz, se registra el caso del intercambio de productos tales como papa por maíz, esta características ha permitido que municipios de la zona andina accedan a la producción de chicha, en el caso de Tapacari se realiza dentro el pueblo un feria en la que se intercambian productos por medio del trueque, además hoy en día se cuentan con comunidades que ya producen maíz, de igual manera que en comunidades del municipio de Independencia. Para el caso del municipio de Sipe Sipe el cual por su ubicación geográfica tiene accesibilidad a una diversidad de cultivos entre ellos el maíz, por lo que la producción de chicha es parte de su economía.

La chicha en los municipios tanto de la zona de los valles como la andina representa una actividad económica importante, por la que no solo contempla un beneficio económico extra, si no que también genera retribuciones sociales tales como el prestigio, reciprocidad, etc, características que están inmersas dentro de la economía campesina que desarrollan y que es parte de su diario vivir

Dentro de los espacios sociales de mayor importancia encontramos las chicherías en los que se desarrolla un intercambio social de considerables magnitudes, con referencia en las actividades que se generan a través del consumo de chicha, se cuenta con casos en los que se han sellado compadrazgos, matrimonios e intercambio de productos tales como semillas de diferentes productos agrícolas y sobre todo maíz, el que representa un alimento de mucha importancia dentro la cultura de nuestros pueblos, convirtiéndolo en un accesorio de primera necesidad y por ende la elaboración de chicha. La afluencia de consumidores presenta leves diferencias respecto a los municipios citados, en el caso de la zona de los valles se caracteriza por un mayor número de mujeres en relación a varones que concurren a las chicherías, en cuanto a la zona andina existe mayor concurrencia por parte de varones que de mujeres.

Sin mucho preámbulo la chicha es un factor importante y determinante en las actividades diarias dentro de nuestros pueblos, considerándola importante en espacios sociales como económicos, convirtiéndose y consolidándose hoy en día un tema de importancia para el desarrollo y sustento de familias campesinas.

#### 4.5.2. Aspectos Culturales.

La cultura es parte fundamental para el desarrollo de nuestros pueblos, tomando en cuenta el tema de la chicha, la que se encuentra presente en cada una de las actividades del cotidiano vivir de familias campesinas. Resaltar en general que actividades sociales, religiosas y rituales dentro de los seis municipios tanto de la zona de los valles como en la zona andina la chicha juega un rol dinamizador y de vínculo. De forma general tomando en cuenta las festividades religiosas y sociales que se desarrollan en cada municipio, la chicha esta presente, siendo un elemento integrador y con mucho valor cultural.

Un factor común en festividades sociales tales como matrimonios, uma rutukus, cumpleaños, entierros, nacimientos, etc de forma infaltable se encuentra la chicha y el

gusto por parte de la mayor parte de gente, los que manifiestan si es que no hay chicha no hay nada.

En lo que respecta a los rituales que se llevan a cabo, como ser ch'allas, inicio de siembra, cosechas, k'oas, etc, los mismos que se manifiestan tanto en la zona de los valles como en la zona andina son de iguales magnitudes, estando presente la chicha en cada una de ellas.

## **V. CONCLUSIONES.**

- Se sugiere un enfoque de cadena de valor agroalimentaria por medio de la investigación nos proporciona características de desarrollo y de potencialidades de la producción de chicha, tomando en cuenta nuestro contexto en el que los aspectos sociales como las relaciones de reciprocidad, prestigio y vínculos van de la mano con aspectos rituales, religiosos y culturales, en los que no se pueden obviar el tema económico pero desde una perspectiva de economía campesina en la que el elaborador en este caso es partícipe en todos los eslabones de la cadena, desde la adquisición de insumos hasta el consumo, lo que sugiere un mayor compromiso y responsabilidad por parte del mismo, en la que se responden a las necesidades tanto económicas, cubriendo los costos de producción en la elaboración de chicha como sociales manteniendo vínculos dinamizadores en base al consumo y producción de chicha. Se sugiere tomar con mayor énfasis el tema de economía campesina como tema sugerente para desarrollar o implementar un nuevo enfoque tomando en cuenta este aspecto.
- Al margen de contar con ingresos económicos considerables en la elaboración de chicha, no hay que olvidarse que esto no fuera posible sin el impacto social que significa el consumo de chicha dentro de nuestra cultura y más aun en el diario vivir de la gente campesina, considerando esta bebida importante en actividades agrícolas, festivas, religiosas y de confraternización.

- Pese a la intrusión de otras bebidas tales como la cerveza, licores, vinos y otros, la chicha no deja de ser importante en el cotidiano del campesino y en su economía. La chicha en muchos casos es empleada como agente de intercambio, nos sustentamos al hecho de cambiar algunos productos por chicha o por la elaboración de la misma, tal es el caso de maíz por chicha.
- Si se pretende dar un enfoque netamente económico a la chicha dejando de lado los aspectos sociales mencionados no se llegara a buenos resultados, no se pretende vender chicha sin tener en cuenta a los consumidores quien son importantes para el destino y comercialización.
- Los eslabones de la cadena identificada son interdependiente tanto económicamente como socialmente, pero al mismo tiempo son diversificadores ya que un solo agente en este caso el elaborador puede cumplir mas de una actividad inmersa en la elaboración de chicha, haciendo dinámicos los eslabones.
- La cadena es eficiente en cada una de las fases, con la justificación que no existe escasez de chicha ni ausencia de insumos básicos para su elaboración.
- Un eslabón importante en la cadena determinada es la de los consumidores, ya que este va a definir la calidad y destino de la chicha, tanto para un mercado interno como externo.
- En la mayoría de los análisis realizados tomando en cuenta la relación beneficio/costo en la que la presentación por jarras pequeñas mostró valores positivos en cuanto a beneficio obtenido, la explicación parte por la cantidad (1/2 litro) que contiene la presentación lo que eleva los beneficios obtenidos.
- La emisión de galeta y yapa es un aspecto social muy importante en la comercialización de chicha, por medio de los cuales se entretejen relaciones de reciprocidad y más que todo de prestigio por las elaboraciones, siendo el

consumidor el que define la aceptación de la misma. Los valores expresados en el análisis de beneficio por las ventas realizadas en los diferentes casos vistos es diferente, existiendo un decremento en lo económico, esto dependiendo de la cantidad de galletas y yapas emitidas, estos valores son aproximados ya que es complicado establecer un parámetro único ya que existe variación en la cantidad y tamaño de las galletas y yapas dependiendo del elaborador y de la relación que tiene con el consumidor, no obstante es decremento que se presenta en lo económico es remediado con la retribución social y de prestigio que gana el elaborador, ya que depende de este parámetro la venta de chicha.

- Muchos de los insumos principales para la elaboración de chicha son obtenidos en las diferentes ferias municipales como comunales, en muchos casos se presenta el uso de la producción propia de maíz o bien el de tener un contacto seguro para el abastecimiento del mismo, donde el intercambio social es importante, en el caso del municipio de Tapacari en la feria que se lleva a cabo los días domingos existe el truque de maíz por otros productos de altura como papa, cebada y otros; se han presentado casos en que se cierran negocios de intercambio en chicherías al calor de unas tutumas. Mencionar la reciprocidad en las elaboraciones en las que comadres o compadres ayudan en la elaboración de chicha tal es el caso de Doña Adriana en el municipio de Independencia.
- Un aspecto a tomar en cuenta es el tiempo en el que se vende la chicha, por medio de entrevista se determinó que máximo una chicha puede durar un mes, esto dependiendo del tipo de maíz y la forma en la que la elaboran, pero otro aspecto importante es el prestigio del elaborador al momento de realizar la elaboración y en la venta, se han presentado casos en el que la chicha duró dos días en comercializarse, esto se atribuye al prestigio del elaborador, factor social que influye al momento de comercializar.
- Hay que tomar en cuenta que el análisis de costos de producción y del beneficio por las ventas no tiene carácter empresarial, es más es una incursión nueva en

la dinámica económica rural y del cotidiano del campesino y elaborador de chicha, resaltar que si existe la intención de industrializar la chicha pero para eso queda mucho camino por recorrer.

- Como se menciono anteriormente un facto importante en la comercialización de chicha tanto de forma interna como externa es el prestigio de las elaboraciones y del elaborador y la preferencia del consumidor, factor de vital importancia para potenciar la chicha a otros municipios, comunidades, departamentos y hasta países.
- Los espacios de comercialización son importantes tales como ferias, festividades y otras actividades que demanden el consumo de chicha y que al mismo tiempo potencien la producción y diversificación de esta bebida de importancia en los municipios tanto del valle alto como del bajo.
- Tener en cuenta que la chicha y su consumo son dinamizadores de muchas de las actividades sociales, culturales y rituales que se generan en nuestro contexto, haciendo de la misma importante para el desenvolvimiento en el diario vivir de las comunidades campesinas.

## **VI. RECOMENDACIONES**

El trabajo de investigación que se realizó tiene la finalidad de brindar un nuevo panorama en lo que respecta el tema de la chicha dentro del cotidiano vivir de familias campesinas de los municipios donde se llevo a cabo la investigación, involucrándolos como protagonistas de la actividad de producción de chicha y las connotaciones de la misma, tocando aspectos socioeconómicos, culturales, religiosos e históricos.

Respecto a la cadena que se mencionó como apropiada desde un punto de vista de adecuar los enfoques existentes sobre cadenas a la actividad de producción de chicha, cabe resaltar que queda mucho camino por recorrer, ya que mencionados enfoques no contemplan en su totalidad aspectos sociales, culturales y de reciprocidad que se encuentran inmersos

dentro de la economía campesina que se maneja y aplica dentro de la comunidades y familias campesinas, sin dejar de lado el tema de la cosmovisión y nuestro contexto, adecuando y proponiendo un nuevo enfoque de acuerdo a estas características.

Tomando en cuenta los aspectos de costos y comercialización los cuales brindan parámetros para poder determinar potencialidades y limitantes en la elaboración de chicha y futuros mercados, teniendo en cuenta que dicha actividad años a tras fue el sostén económico y fuente de desarrollo para muchos municipios e incluso para el departamento de Cochabamba.

Incluir al campesino productor dentro de las proyecciones de desarrollo haciéndolo participe en cada una de las decisiones, tomando en cuentas sus necesidades y proyecciones desde la perspectiva de su contexto y donde se desarrolla.

## VII. BIBLIOGRAFIA

- **AGROECOLOGIA UNIVERSIDAD COCHABAMBA “AGRUCO”.** 1997. Pautas para la aplicación metodológica del enfoque Histórico Cultural. Cochabamba - Bolivia.
- **AGROECOLOGIA UNIVERSIDAD COCHABAMBA “AGRUCO”.** 1995. El estudio de caso en la investigación participativa. Cochabamba – Bolivia.
- **ARZE. R.,** 2005. Vivir para morir y morir para vivir. Transformación sociocultural y pervivir de la fiesta de todos santos. Tesis de grado. UMSS. Cochabamba – Bolivia.
- **ALBE, A.**2005, [www.mipunto.com/temas/4to\\_trimestre03/chicha.html](http://www.mipunto.com/temas/4to_trimestre03/chicha.html). 12/09/05
- **BISHOP, C. E.** 1980 Introducción al análisis de economía agrícola. Edit. Lirnusa. D:F: México. 80-91 p.
- **CAMACHO A., C.J.** 1993. Optimización de los procesos de maceración, cocción y fermentación en la producción de la chicha. Tesis de grado. UMSS. Cochabamba – Bolivia.
- **CAMPOS, D.** 2006. [wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_campesina](http://wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_campesina)(13/09/06)
- **CLARSON, F.** 2004, [www.monografias.com/trabajos/tprodcost/tprodcost.shtm](http://www.monografias.com/trabajos/tprodcost/tprodcost.shtm). 12/09/05.
- **CUETO. L,** [http://www.minag.gob.pe/agricola/maiz\\_generalidades.shtml](http://www.minag.gob.pe/agricola/maiz_generalidades.shtml).1997
- **CIDRE.** 1984. Monografías de la provincia de Punata. Elaboración de la chicha. Pag 1 – 88. Cochabamba – Bolivia.

- **CIDRE - AGRUCO.** 1986. Monografías de la provincia de Tapacari. 233 pag. Cochabamba – Bolivia.
- **CICDA.** 2004. Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas.
- **DAMIEN V., - CAMACHO P.** 2004. Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas. Lima – Peru.
- **DELGADO, F –TAPIA, N.** 1998 – 2002. Políticas y estrategias de la investigación en agroecología y revalorización del saber local. AGRUCO. Cochabamba – Bolivia. Pag 12.
- **ESCOBAR, G; HERNÁNDEZ, I** 1993 Criterios para el análisis Económico aplicado a la Investigación en sistemas de finca editorial CATIE Turrialba, Costa Rica. pagina 23
- **FONTAINE.** 1992. Teoría de los precios. Universidad Católica de Chile. Tercera Edición 280 - 286 p.
- **HAMPLT. T,** <http://eufic.dad.be/sp/food/pag/food30/food303.htm>.2000.
- **KERVYN, B.** 1987. La economía campesina en el Perú, teorías y políticas. Cusco– Perú. 92 Pag.
- **LOPEZ, B.** 2005. [http://es.wikipedia.org/wiki/Depreciaci%C3%B3n\(04/10/06\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Depreciaci%C3%B3n(04/10/06)).
- **MONTAÑO. C.,** 2005. Consideraciones teóricas sobre enfoques de cadenas: Un análisis comparando. Revista – UMSS. Cochabamba – Bolivia. Pag 109 – 135.
- **MONTAÑO, J.** 2005, [www.infoagro.com/herbaceos/cereales/maiz.asp](http://www.infoagro.com/herbaceos/cereales/maiz.asp). 22/09/05.

- **MENDIETA. R.**, 1996, Situación e importancia del maíz en Bolivia. Artículo de revista.
- **MORALES. J.**, 2001, <http://www.infoamarica.net/tradicion/chicha.shtml>.
- **NAVARRO, L. A.** 1986 Guía para la evaluación de resultados de validación/transferencia en el desarrollo de tecnologías agrícolas para áreas específicas. Informe técnico N° 89 CATIE. Turrialba, Costa Rica. 44-75 p.
- **PDM.** Programa de Desarrollo Municipal de Arbieta. 2005 - 2009.
- **PDM.** Programa de Desarrollo Municipal de Cliza. 1999 - 2003.
- **PDM.** Programa de Desarrollo Municipal de Punata. 2005.
- **PDM.** Programa de Desarrollo Municipal de Independencia. 2003 - 2007.
- **PDM.** Programa de Desarrollo Municipal de Villa Real de Tapacari. 2003. AGRUCO.
- **PDM.** Programa de Desarrollo Municipal de Sipe Sipe. 2001 - 2005.
- **PAREDES, R.** 1994. Elementos para la elaboración y evaluación de proyectos agrícolas. Editorial Catacora. La Paz. 43 p.
- **RODRIGUEZ. G, – SOLARES. H.**, 1990. Sociedad oligarquica, chicha y cultura popular. Pag 71. Cochabamba – Bolivia.
- **SAIGNES. T.** (comp). 1993. Borrachera y Memoria. La Paz – Bolivia. Pag 43 – 72.
- **SOLARES. H.**, 1992, Historia, espacio y sociedad; Cochabamba y la revolución nacional. Vol 3. Cochabamba – Bolivia. 458 pag.

- **TAPIA, NELSON.** 2002. Agroecología y agricultura campesina sostenible en los andes bolivianos. Cochabamba, Bolivia. PLURAL, La Paz. 373 p.

## **ANEXO I**

# **CUADROS DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES EN LA ELABORACIÓN DE CHICHA TRADICIONAL E INDUSTRIAL DE ACUERDO A ESTUDIOS DE CASO**

**CUADRO 7. Costos variables de producción estudio de caso municipio de Arbieta expresado en Bs.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Willcaparu	5	Arrobas	45	225
Maiz Amarillo	6	Arrobas	30	180
Trigo	1	Arroba	20	20
Chancaca	2	Ladrillos	18	36
Azúcar	1	Arroba	35	35
Molido	12	Arrobas	2	18
Leña	15	Caballetes	12	180
Impuesto	1	Puesta	22	22
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>716</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**CUADRO 8. Costos fijos de producción estudio de caso municipio de Arbieta expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	4	1500	6000
Púños	5	1000	5000
Paila de cobre	1	2200	2200
Baldes	10	12	120
Tutumas	15	2,5	37,5
Jarras	15	8	120
Fogón	1	300	300
Paleta de metal	1	25	25
Paleta de madera	1	35	35
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>13837,5</b>

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 9. Relación beneficio/costo de producción estudio de caso municipio Arbieta expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata	60	22	1320	716	604	1,843575419
Balde	240	6	1440	716	724	2,011173184
Jarra Grande	360	2.50	900	716	184	1,25698324
Jarra Mediana	600	2	1200	716	484	1,675977654
Jarra Pequeña	2400	1.50	3600	716	2884	5,027932961

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 10. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización estudio de caso municipio de Arbieta expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	BENEFICIO	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata	1320	50	1	50	1270	716	554
Balde	1440	180	1	180	1260	716	544
Jarra Grande	900	200	1	200	700	716	-16
Jarra Mediana	1200	490	1	490	710	716	-6
Jarra Pequeña	3600	2000	1	2000	1600	716	884

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 11. Costos variables de producción estudio de caso municipio de Cliza.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Willcaparo.	2,5	Arrobas	55	137,5
Chancaca	2	Ladrillos	20	40
Azúcar	0,5	Arrobas	40	20
Molido	2,5	Arrobas	1	2,5
Alcohol	0,5	Litros	7,5	3,75
Leña	4	Caballetes	10	40
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>243,75</b>

**CUADRO 12. Costos fijos de producción estudio de caso municipio de Cliza expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	3	1280	3840
Púños	3	1000	3000
Paila de plancha	1	1500	1500
Baldes	8	15	120
Tutumas	10	2	20
Jarras	8	7,5	60
Fogón	1	300	300
Paleta de metal	1	20	20
Paleta de madera	1	38	38
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>8898</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**CUADRO 13. Relación beneficio/costo de producción estudio de caso municipio de Cliza expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata	20	20	400	243,75	156,25	1,641025641
Balde	80	6	480	243,75	236,25	1,969230769
Jarra Grande	120	3	360	243,75	116,25	1,476923077
Jarra Mediana	200	2	400	243,75	156,25	1,641025641
Jarra Pequeña	800	1,5	1200	243,75	956,25	4,923076923

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 14. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización estudio de caso municipio de Cliza expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata	400	6	1	6	394	243,75	150,25
Balde	480	30	1	30	450	243,75	206,25
Jarra Grande	360	80	1	80	280	243,75	36,25
Jarra Mediana	400	110	1	110	290	243,75	46,25
Jarra Pequeña	1200	360	1	360	840	243,75	596,25

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 15. Costos variables de producción estudio de caso municipio de Punata.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Wilcaparu	4	Arrobas	50	200
Maíz Amarillo	4	Arrobas	30	120
Maíz sano molido	5	Arrobas	25	125
Leña	10	Caballetes	10	100
Chancaca	4	Ladrillos	18	72
Akhador	1	Puesta	80	80
Impuesto	13	Arrobas	5	65
Azúcar	2	Quintales	185	370
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>1132</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**CUADRO 16. Costos fijos de producción estudio de caso municipio de Punata expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	7	1500	10500
Púños	4	1100	4400
Paila de Cobre	1	2800	2800
Baldes	25	20	500
Tutumas	35	3	105
Jarras	25	10	250
Fogón	1	450	450
Paleta de metal	1	35	35
Paleta de madera	1	20	20
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>19060</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**CUADRO 17. Relación beneficio/costo de producción estudio de caso municipio de Punata expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata	35	40	1400	1132	268	1,236749117
Balde	140	10	1400	1132	268	1,236749117
Jarra Grande	210	3,5	735	1132	-397	0,649293286
Cuartilla	105	12	1260	1132	128	1,113074205

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 18. Costos tomando en cuenta la gale y yapa en la comercialización estudio de caso municipio de Punata expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata	1400	20	1	20	1380	1132	248
Balde	1400	80	1	80	1320	1132	188
Jarra Grande	735	190	1	190	545	1132	-587
Cuartilla	1260	75	1	75	1185	1132	53

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 19. Costos variables de producción, estudio de caso en el municipio de Independencia.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Wilcaparu	1	Carga	220	220
Azúcar	1	Arrobas	40	40
Leña	15	Cargas	10	150
Impuesto	1	Puesta	25	25
Akhador	1	Puesta	25	25
Molido	10	Arrobas	1,5	15
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>475</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**CUADRO 20. Costos fijos de producción estudio de caso municipio de Independencia expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	4	2500	10000
Púños	3	1200	3600
Paila de Cobre	1	2800	2800
Baldes	15	15	225
Tutumas	12	2	24
Jarras	10	7	70
Fogón	1	400	400
Paleta de metal	1	38	38
Paleta de madera	1	19	19
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>17176</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**CUADRO 21. Relación beneficio/costo de producción, estudio de caso municipio de Independencia, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata	45	18	810	475	335	1,705263158
Balde	180	5	900	475	425	1,894736842
Jarra Grande	270	4	1080	475	605	2,273684211
Jarra mediana	450	2	900	475	425	1,894736842
Jarra pequeña	1800	1,5	2700	475	2225	5,684210526

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 22. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización, estudio de caso municipio de Independencia, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata	810	30	1	30	780	475	305
Balde	900	90	1	90	810	475	335
Jarra Grande	1080	150	1	150	930	475	455
Jarra mediana	900	300	1	300	600	475	125
Jarra pequeña	2900	1000	1	1000	1900	475	1425

Fuente: Elaboración propia.

**TABLA 23. Costos variables de producción, estudio de caso municipio de Sipe Sipe.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Amarillo	11	Arrobas	40	440
Leña	8	Caballetes	25	200
Azúcar	1	Arroba	45	45
Molido	11	Arrobas	2,5	27,5
Impuesto	1	Puesta	44	44
Akhador	1	Puesta	60	60
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>816,5</b>

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 24. Costos fijos de producción estudio de caso municipio de Sipe Sipe expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	3	1600	4800
Púños	3	1350	4050
Paila de Cobre	1	2500	2500
Baldes	12	12	144
Tutumas	10	2	20
Jarras	10	6,5	65
Fogón	1	320	320
Paleta de metal	1	35	35
Paleta de madera	1	22	22
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>11956</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**CUADRO 25. Relación benefico/costo de producción, estudio de caso municipio de Sipe Sipe, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata	40	24	960	816,5	143,5	1,175750153
Balde	160	8	1280	816,5	463,5	1,567666871
Jarra grande	240	4	960	816,5	143,5	1,175750153
Jarra mediana	400	2	800	816,5	-16,5	0,979791794

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 26. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización, estudio de caso municipio de Sipe Sipe, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata	960	35	1	35	925	816,5	108,5
Balde	1280	100	1	100	1180	816,5	363,5
Jarra grande	960	150	1	150	810	816,5	-6,5
Jarra mediana	800	250	1	250	550	816,5	-266,5

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 27. Costos variables de producción, estudio de caso municipio de Tapacari, expresado en Bs.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Amarillo	2	Pesadas	200	400
Trigo	5	Libras	15	75
Leña	10	Cargas	7	70
Azúcar	10	Libras	6	60
Gas	3	Garrafas	27	81
Akhador	1	Puesta	30	30
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>716</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**CUADRO 28. Costos fijos de producción, estudio de caso municipio de Tapacari, expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	3	2200	6600
Púños	3	1250	3750
Paila de Cobre	1	2700	2700
Baldes	10	10	100
Tutumas	15	2,5	37,5
Jarras	15	8	120
Fogón	1	450	450
Paleta de metal	1	30	30
Paleta de madera	1	15	15
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>13802,5</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**CUADRO 29. Relación beneficio/costo de producción, estudio de caso municipio de Tapacari, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata	60	20	1200	716	484	1,675977654
Balde	240	8	1920	716	1204	2,681564246
Jarra pequeña	2400	2	4800	716	4084	6,703910615

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 30. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización, estudio de caso municipio de Tapacari, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata	1200	45	1	45	1155	716	439
Balde	1920	195	1	195	1725	716	1009
Jarra pequeña	4800	1900	1	1900	2900	716	2184

Fuente: Elaboración propia.

## CUADROS DE ELABORACION DE CHICHA INDUSTRIAL

**CUADRO 33. Costos variables de producción, estudio de caso industrial, municipio de Cliza.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Willcaparo.	12	Fanegas	400	4800
Chancaca	5	Quintales	150	750
Azúcar	4	Quintales	190	760
Molido	36	Quintal	1,5	54
Sacarina	0,5	Kilos	40	20
Alcohol	1	Lata	100	100
Trasporte a Oruro	30	Barril	60	1800
Akhador	1	Puesta	300	300
Gas	1	Puesta	700	700
Impuesto	30	Barril	13	390
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>9674</b>

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 34. Costos fijos de producción, estudio de caso industrial, municipio de Cliza, expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	6	2300	13800
Púños	10	1300	13000
Paila de Cobre	3	2500	7500
Tachos	20	220	4400
Bomba de agua	1	1200	1200
Fogón	3	450	1350
Paleta de metal	2	30	60
Paleta de madera	2	18	36
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>41346</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**CUADRO 35. Relación beneficio/costo de producción, estudio de caso industrial, municipio de Cliza, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata	750	20	15000	9674	5326	1,55054786

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 36. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización, estudio de caso industrial, municipio de Cliza, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata	15000	3	20	60	14940	9674	5266

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 37. Costos variables de producción, estudio de caso industrial, municipio de Punata.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Wilcaparu	1	Fanega	380	380
Harina maíz amarillo	0,5	Fanegas	270	135
Molido	1,5	Fanegas	5	7,5
Azúcar	1	Quintal	195	195
Chancaca	1	Quintal	138	138
Alcohol	198	Litros	5	990
Sacarina	1	Kilo	60	60
Gas	1	Puesta	183,3	183,3
Akhador	1	Puesta	73	73
Envasador	1	Puesta	23	23
Impuesto	1	Puesta	102,5	102,5
Empleado	1	Puesta	15	15
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>2302,3</b>

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 38. Costos fijos de producción, estudio de caso industrial, municipio de Punata, expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	8	2500	20000
Púños	15	1250	18750
Paila de Cobre	2	2500	5000
Paila de Plancha	2	1300	2600
Barriles	6	500	3000
Bomba de agua	2	1200	2400
Fogón	4	400	1600
Paleta de metal	2	30	60
Paleta de madera	2	18	36
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>53446</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**CUADRO 39. Relación beneficio/costo de producción, estudio de caso industrial, municipio de Punata, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B	RELACION B/C
Barril	6	300	1800	2302,3	-502,3	0,781826869
Pomo	12	160	1920	2302,3	-382,3	0,83394866

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 40. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización, estudio de caso industrial, municipio de Punata, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO YAPA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Barril	1800	2	300	600	1200	2302,3	-1102,3
Pomo	1920	2	160	320	1600	2302,3	-702,3

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 41. Costos variable de producción, estudio de caso industrial municipio de Sipe Sipe.**

INSUMO	CANTIDA	UNIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
Maíz Willcaparo	3	Fanegas	160	480
Harina de maíz sano	3	Fanegas	100	300
Trigo	1	Quintal	120	120
Azúcar	8	Quintales	193	1544
Chancaca	2	Quintales	150	300
Alcohol	2,5	Javas	213	532,5
Leña	15	Caballetes	25	375
Gas	15	Garrafas	22,5	337,5
Cistena (agua)	1	Puesta	120	120
Impuesto	1	Puesta	101,5	101,5
Ayudante	1	Puesta	225	225
Akhador	1	Puesta	500	500
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>4935,5</b>

Fuente: Elaboración propia.

**CUADRO 42. Costos fijos de producción, estudio de caso industrial, municipio de Sipe Sipe, expresado en Bs.**

INFRAESTRUCTURA	CANTIDA	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wirkis	4	2500	10000
Púños	4	1300	5200
Paila de Cobre	2	2500	5000
Garrfas	5	320	1600
Tachos	40	220	8800
Bomba de agua	1	1200	1200
Fogón	2	350	700
Paleta de metal	1	35	35
Paleta de madera	2	15	30
<b>TOTAL GRAL</b>			<b>32565</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**CUADRO 43. Relación beneficio/costo de producción, estudio de caso industrial, municipio de Sipe Sipe, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	CANTIDAD	COSTO/UNIDAD	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B	RELACION B/C
Lata local	105	30	3150	4935,5	-1785,5	0,638233208
Lata externa	245	25	6125	4935,5	1189,5	1,241009016
Barril	25	280	7000	4935,5	2064,5	1,418296019

Fuente: Elaboración propia

**CUADRO 44. Costos tomando en cuenta la galleta y yapa en la comercialización, estudio de caso industrial, municipio de Sipe Sipe, expresado en Bs.**

PRESENTACIÓN	VENTA TOTAL	CANTIDAD GALETA Y YAPA	COSTO GALETA	TOTAL POR GALETA	BENEFICIO TOTAL	C.V	U.B
Lata local	3250	80	1	80	3170	4935,5	-1765,5
Lata externa	6125	5	25	125	6000	4935,5	1064,5
Barril	7000	3	25	75	6925	4935,5	1989,5

Fuente: Elaboración propia.

**ANEXO II**

**PRECIOS DE LA CHICHA EN LOS SEIS  
MUNICIPIOS**

**Costo de los insumos para la elaboración de la chicha por municipios expresado en bolivianos (Bs).**

INSUMOS	MUNICIPIOS																							
	Arbieto				Punata				Cliza				Sipe Sipe				Tapacari				Independencia			
	Fanega	Arroba	qq	Cargas	Fanega	Arroba	qq	Cargas	Fanega	Arroba	qq	Cargas	Fanega	Arroba	qq	Cargas	Fanega	Arroba	qq	Cargas	Fanega	Arroba	qq	Cargas
<b>MAIZ</b>																								
Wilcaparu	380	47,5			370	46,25			380	47,5											380	47,5		
K'ellu o amarillo	260	32,5			260	32,5			260	32,5			230	28,75			270	33,75			230	28,75		
K'ulli	400	50			395	49,375			400	50			380	47,5			400	50			400	50		
Arrosillo									320	40														
Ch'uspiillo	800	100			800	100																		
Tupiseño					278	34,75																		
Cubano					250	31,25			255															
<b>TRIGO</b>																								
K'ara uma	280																							
Gavo	310																290							
<b>LEÑA</b>				10				10				12				25				10				10
<b>AZUCAR</b>			150				150				145				154				160				180	
<b>CHANCACA</b>			12				12				12				12				15				15	

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en la realización del sondeo.

**Costo de los insumos para la elaboración de la chicha por municipios expresado en bolivianos (Bs). Después del sondeo**

INSUMOS	MUNICIPIOS																																		
	Arbieto					Punata					Cliza					Sipe Sipe					Tapacari					Independencia									
MAIZ	Fanega	Arroba	qq	Garrafa	Cargas	Fanega	Arroba	qq	Tubería	Cargas	Fanega	Arroba	qq	Tubería	Cargas	Fanega	Arroba	qq	Garrafa	Cargas	Fanega	Arroba	qq	Garrafa	Cargas	Fanega	Arroba	qq	Garrafa	Cargas					
Wicaparú	400	50				450	56,25				450	56,25																			400	50			
K'ellu o amarillo	300	37,5				290	36,25				350	43,75				290	36,25									270	33,75				300	37,5			
K'ullí	400	50				395	49,375				400	50				380	47,5									400	50				400	50			
Arrosillo											320	40																							
Ch'uspillo	850	106,25				800	100																												
Tupiseño						200	25																												
Cubano						200	25				255																								
TRIGO																																			
K'ara uma	250	31,25																																	
Gavo	280	35																								280	35								
LEÑA					12					12					10					15										12					12
GAS									30					30															27						
AZUCAR			180					200					170					190									180					180			
CHANCACA			15					18					18					20									14					15			

FuentFuente: Elaboración propia con datos reciente.

**ANEXO III**

**VENTA DE MAÍZ EN LOS SIES  
MUNICIPIOS**

## COMERCIALIZACIÓN DE MAIZ EN LA FERIA DE CLIZA



**COMERCIALIZACION DE MAIZ EN EL MUNICIPIO DE INDEPENDENCIA**



**COMERCIALIZACION DE MAIZ EN LA FERIA DE PUNATA**





**ANEXO IV**

**COMERCIALIZACION Y CONSUMO  
DE CHICHA**

**CONSUMO DE CHICHA EN EL MUNICIPIO DE PUNATA**



**CONSUMO DE CHICHA EN EL MUNICIPIO DE INDEPENDENCIA**





**CONSUMO DE CHICHA EN EL MUNICIPIO DE TAPACARI**



**CONSUMO DE CHICHA EN EL MUNICIPIO DE CLIZA**



**CONSUMO DE CHICHA EN EL MUNICIPIO DE ARBIETO**



**COMERCIALIZACION Y CONSUMO DE CHICHA EN EL MUNICIPIO DE SIPE SIPE**



**ANEXO V**

**SUBPRODUCTOS DE LA CHICHA**

**JANCH**



**BORRA**



**ANEXO VI**  
**MANKHA AKHA**

**MANKHA AKHA (SIPE SIPE)**



**ANEXO VII**

**INFORME DE SONDEO**

## **INFORME DE SONDEO.**

### **COSTOS DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y MERCADEO EN LA ELABORACIÓN DE CHICHA TRADICIONAL DE MAÍZ (ZEA MAYS) EN LOS MUNICIPIOS DE PUNATA, CLIZA, ARBIETO, SIPER SIPE, TAPACARI E INDEPENDENCIA DEL DEPARTAMENTO DE COCHABAMBA.**

#### 1. ANTECEDENTES.

La cultura es la base fundamental para la formación de los pueblos originarios, sus creencias, ritos y formas de interpretar la realidad, bajo este contexto es que se desarrolla una serie de conocimientos, los que son trasferidos en el transcurso del tiempo como herencias ricas en saber, este es el caso en la forma de elaboración tradicional de chicha de maíz.

Bebida que surgió en la época pre incaica, de importancia sociocultural trascendente a través de los tiempos, tomando en cuenta que el maíz (*Zea mays*) insumo elemental para su elaboración es una fuente de vida indispensable y de mucho valor.

En base a este grano de diversas utilidades es que se ha generado y se genera una dinámica de vida importante, considerándolo como un alimento de inmejorables propiedades e irremplazable en la dieta alimentaría. No solo cobra una importancia religiosa, cultural y social, si no que también el aspecto económico representa importancia.

La chicha tiene un impacto sociocultural y religioso muy importante en los pueblos originarios, ocupando un sitio muy preferencial, tanto así que hoy en día sigue siendo el sustento económico para muchas familias que se dedican a este rubro y para la sustentabilidad de muchos municipios

Tomando en cuenta estos aspectos y la importancia de la investigación a realizar, se realizó el siguiente sondeo, con la finalidad de recabar información y abrir espacios para la realización del estudio.

## 2. ASPECTOS ECONOMICOS.

### *Muk'u ensalivado y Wiñapo*

La actividad del muk'u ensalivado hoy en día queda en la historia, antiguamente la practicaban en la elaboración de la chicha, dinámica que se corrobora con los siguientes testimonios:

Lugar: Sipe Sipe.

Entrevistador: Juana Aiza (Ju).

Entrevistada: Calista Teran (72 años).

Tema: Elaboración de la Chicha.

“Antes mi abuelita hacía el mik'u, en su boca lo ensalivaban, en la boca luego hacían secar por dos días, eso hacían hervir el muk'u, la harina de maíz y quinua mas y hacían hervir en patas de vaca en eso caldo eso, luego hacían secar y no se por que hacían así, y ahora no se hace con el muk'u, eso es la diferencia”.

Lugar: Sipe Sipe.

Entrevistador: Oscar Quiñones (OQ).

Jaime Pardo (JP).

Entrevistado:.....

Tema: Todos Santos y la Chicha.

“Antes muk'eaba pues la gente todo el mundo muk'eaba pues en la boca se hacen bolitas de harina entre dos, esto se hace secar este se vendía día viernes aquí este chicha de muk'u

caraspa era pues k'aimita con eso peleaban los campesinos de arriba era fuerte pero esto era antihigiénico pero no se enfermaba nadie”.

Reemplazada la actividad del muk'ú se presentó la dinámica del wiñapo, en la que se ahorra tiempo y las relaciones sociales que se generaban en la realización del muk'ú quedaron en el olvido.

Lugar: Punata.

Entrevistador: Juana Aiza (Ju).

Jaime Pardo (Ja).

Entrevistado: Guillermo (Gu).

Tema: Proceso de elaboración de la chicha.

Según la entrevista realizada a Dn. Guillermo, el cual comenta sobre la actividad del muk'ú la que se realizaba tiempo atrás, antes que el wiñapo apareciera, método que fue traído del lado de San Pedro hace 30 años atrás, lamenta la pérdida de la actividad del muk'ú ya que antiguamente permitía mayores relaciones sociales.

Tomando en cuenta aspectos económicos, el empleo de wiñapu en la elaboración de la chicha, connota un incremento en los costos de producción ya que algunos elaboradores adquieren el wiñapu como tal o harinado a un determinado costo según la zona, el tipo de maíz y la cantidad. Cabe mencionar que esta dinámica de adquirir el wiñapu en esas condiciones no se repite en todos los elaboradores que abarca el sondeo, muchos de ellos realizan el wiñapu.

#### *Medidas de referencia del maíz y trigo en los municipios de acción*

Los municipios que comprenden la zona de los valles: Arbieta, Punata y Cliza; emplean las mismas medidas de peso:

## Maíz

1 Fanega = 2 cargas  
= 8 @.

1 Fanega = 3 qq.

1 Carga = 4 @

1 @ = 45 libras

1 libra = 11.4 Kg

## Trigo

1 Fanega = 2 cargas = 10.89 @.

1 Fanega = 4 qq.

1 Carga = 3.3 @

1 @ = 50 libras

1 libra = 11.4 Kg.

*Costo de los insumos para la elaboración de la chicha por municipios expresado en bolivianos (Bs).*

INSUMOS	MUNICIPIOS																							
	Arbieto				Punata				Cliza				Sipe Sipe				Tapacari				Independencia			
MAIZ	Fanega	Arroba	qq	Cargas	Fanega	Arroba	qq	Cargas	Fanega	Arroba	qq	Cargas	Fanega	Arroba	qq	Cargas	Fanega	Arroba	qq	Cargas	Fanega	Arroba	qq	Cargas
Wilcaparu	380	47,5			370	46,25			380	47,5											380	47,5		
K'ellu o amarillo	260	32,5			260	32,5			260	32,5			230	28,75			270	33,75			230	28,75		
K'ulli	400	50			395	49,375			400	50			380	47,5			400	50			400	50		
Arrosillo									320	40														
Ch'uspillo	800	100			800	100																		
Tupiseño					278	34,75																		
Cubano					250	31,25			255															
TRIGO																								
K'ara uma	280																							
Gavo	310																290							
LEÑA				10				10				12				25			10					10
AZUCAR			150				150				145				154				160				180	
CHANCACA				12				12			12				12				15				15	

Fuente: Elaboración propia en base a datos obtenidos en la realización del sondeo.

Existen otros datos que hay que tomar en cuenta como ser: la utilización de mano de obra (acadores), a los cuales se les paga por viaje (elaboración), montos que oscilan entre 20 a 80 Bs, pero no todos los elaboradores solicitan estos servicios, esto depende del tipo de elaborador, el que esta sujeta a una tipificación de elaboradores (pequeños, medianos y grandes).

Se determinó que existen algunos municipios que elaboran chicha empleando gas domiciliario, tales son los casos de Cliza y Punata, dando un carácter industrial al proceso de elaboración, cabe mencionar que en el caso de Cliza los productores emplean alcohol para efectuar las elaboraciones, a un costo que oscila entre 90 – 120 Bs la caja que contiene seis latas de 20 litros cada una, insumo que afecta a la calidad de la chicha y al precio, generando mayor utilidad y creando una brecha en cuestión de precios de venta.

En el caso de la chancaca el dato que se desea expresa es el costo por ladrillo de chancaca empleado para la elaboración de chicha.

Para complementar el cuadro elaborado anteriormente se tomaran ejemplos de estudios de caso ya tomados en los municipios de estudio:

Lugar: Arbieta.

Estudio de Caso: Bertha de Rocha.

Categoría: Industrial.

<b>INSUMOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIDAD(Bs)</b>	<b>TOTAL</b>
Maíz	1	380	380
Trigo	1	270	270
Leña	12	12	144
Azucar	1	150	150
Molido maíz	10	10	100
Molido trigo	8	10	80
Ayudante	1	80	80
<b>Total general</b>			<b>1204</b>

Estas cifras comprenden para la elaboración de 70 latas destinadas al mercado, elaboración que se realiza por semana. Por la venta de dicha elaboración obtiene 1400 Bs, la que comercializa por latas cada una a 20 Bs, por lo que obtiene 196 Bs de ganancia.

Las cantidades están expresadas de la siguiente manera:

Maiz = quintales (qq).

Trigo = quintales (qq).

Leña = Cargas.

Molido = Arrobas.

Azucar = quintales (qq).

Lugar: Punata.

Estudio de Caso: Berta Vargas.

Categoría: Consumo Interno.

INSUMOS	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Maíz	1	280	280
Harina de maiz	5	35	175
Molido maiz	3	10	30
Chancaca	3	12	36
Leña	10	10	100
Ayudante	1	60	60
Impuesto	1	25	25
<b>Total general</b>			<b>706</b>

Estas cifras comprenden para la elaboración de 40 latas destinadas al mercado, elaboración que se realiza por semana. Por la venta de dicha elaboración obtiene 1600 Bs, la que comercializa por latas cada una a 40 Bs, por lo que obtiene 894 Bs de ganancia.

Las cantidades están expresadas de la siguiente manera:

Maiz = quintales (qq).

Leña = Cargas.

Molido = Arrobas.

Chancaca = Ladrillos.

Lugar: Independencia.

Estudio de Caso: Rosa Montan.

Categoría: Consumo Interno.

INSUMOS	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Harina wiñapu	5	41	205
Leña	8	10	80
Azucar	1	40	40
Ayudante	1	20	20
<b>Total general</b>			<b>345</b>

Estas cifras comprenden para la elaboración de 40 latas destinadas al mercado, elaboración que se realiza por semana. Por la venta de dicha elaboración obtiene 720 Bs, la que comercializa por latas cada una a 18 Bs, por lo que obtiene 375 Bs de ganancia.

Las cantidades están expresadas de la siguiente manera:

Winapu de Maíz = .Arrobas (@).

Leña = Cargas.

Azúcar = Arrobas (@).

Lugar: Sipe Sipe.

Estudio de Caso: Alicia Rojas.

Categoría: Industrial.

INSUMOS	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD (Bs)	TOTAL
Wiñapu de maíz	1	270	270
Harina de maíz	1	220	220
Leña	15	10	150
Azucar	1	154	154
Ayudante	1	70	70
<b>Total general</b>			<b>864</b>

Estas cifras comprenden para la elaboración de 72 latas destinadas al mercado, elaboración que se realiza por semana. Por la venta de dicha elaboración obtiene 1728 Bs, la que comercializa por latas cada una a 24 Bs, por lo que obtiene 864 Bs de ganancia.

Las cantidades están expresadas de la siguiente manera:

Winapu de Maíz = Fanega.

Harina de Maíz = Fanega.

Leña = Cargas.

Azúcar = Quintal (qq).

Los datos que expresan los estudios de caso están sujetos a las fluctuaciones de los precios en el mercado, en el caso del maíz y del azúcar, precios que no se mantienen fijos por mucho tiempo.

Tomando en cuenta los otros insumos las variaciones se explican por e tipo de elaboración que se realice, de igual manera el costo de los mismos, son cifras aproximadas las que están sujetas a variaciones o fluctuaciones.

*Precio de venta de la chicha por municipios.*

MUNICIPIO	PRECIOS DE VENTA DE LA CHICHA					
	Turril	Lata	Balde	jirki	Jarra Mediana	Jarra Pequeña
Arbieto	260	20	6	3,5	2	1,5
Punata	480	40	10	3	3	2
Cliza	250	24	6	2	2	1
Sipe Sipe	288	24	6	3	3	1,5
Tapacari	260	20	5	3,5	2	1,5
Independencia	210	18	5	5	2	1,5

Fuente: Elaboración propia en base a la información del sondeo realizado.

No existe fluctuación en los precios, estos se mantienen con el tiempo, pueden variar en el caso de la venta de chicha en turriles, por la variación en el contenido de los mismos, oscilando entre 10, 12 y 16 latas. Las medidas en litros de las diferentes presentaciones son las siguientes:

1 Turril = 200 litros.

1Lata = 20 litros.

1 Balde = 5 litros.

1 Jirki = 3 litros.

1 Jarra mediana = 2.50 litros.

1 Jarra pequeña = ½ litro.

En el caso del municipio de Cliza en la venta de lata de chicha existen bastante diferencias en el precio, se puede obtener hasta por la suma de 10 Bs hasta los 25, esto debido al adulterado del producto con alcohol por lo que se obtiene mayor cantidad de chicha.

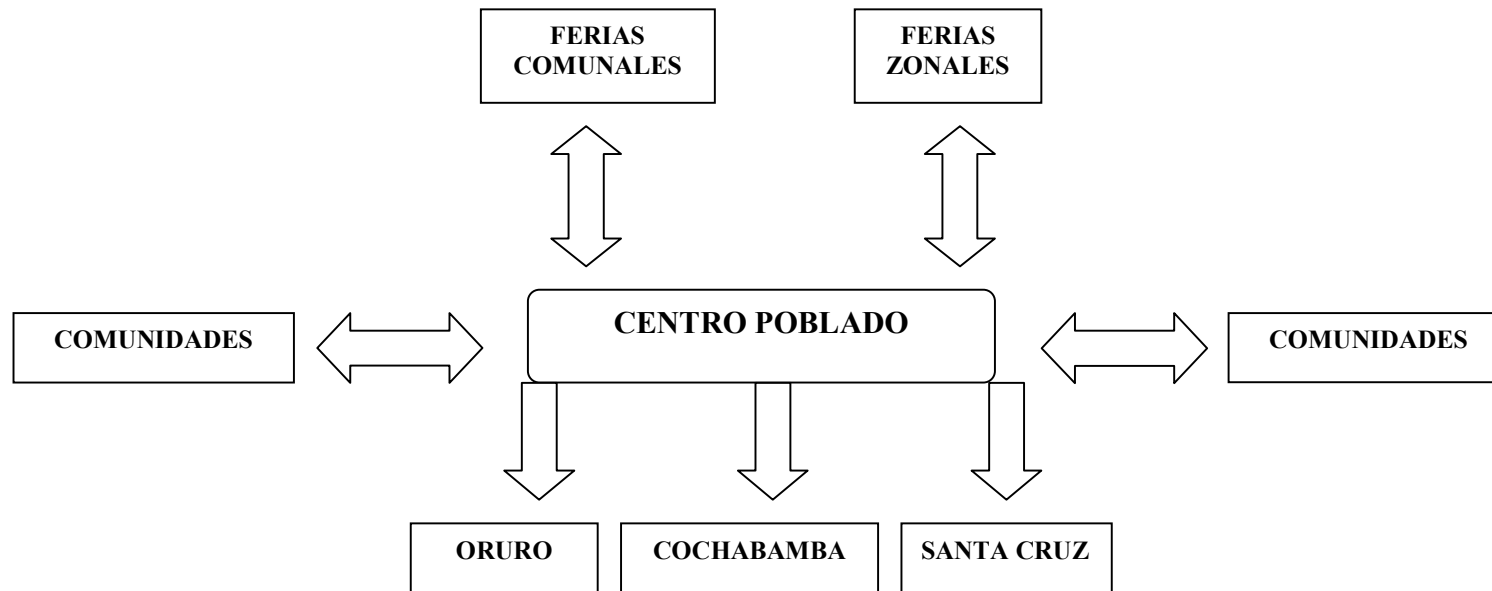
### *Subproductos de la elaboración de la chicha.*

En todo el proceso de elaboración de chicha existen subproductos, tal es el caso de la borra o janchi como comúnmente se conoce, es el sedimento restante del proceso de decantación de la mezcla con la harina de wiñapo y agua hervida. Algunas elaboradoras suelen vender este sub producto por latas, a un precio de 5 Bs.

Este subproducto en los municipios de Punata, Arbieto, Cliza, Sipe Sipe e Independencia se emplea para la alimentación de animales de granja como ser: Porcinos, Ovinos y Aves (gallinas, patos), actividad que genera ingresos a los productores de chicha.

### *Comercialización de la Chicha.*

La comercialización es un factor determinante en la venta de cualquier producto, tal es el caso de la chicha, la que tiene un comportamiento bastante peculiar y que se representa en el siguiente diagrama de flujo:



Fuente: Elaboración propia.

Según este diagrama de comercialización de la chicha, se aprovechan los espacios que generan las ferias zonales y comunales, en las que también se comercializa el maíz, muchos productores aprovechan esta actividad.

Existe el flujo de chicha de los centros poblados hacia las comunidades y en algunos casos como en festividades importantes las comunidades llevan chicha al centro poblado, parte de esta chicha no se comercializa, en algunas excepciones se presenta este fenómeno.

En el caso de la exportación hacia otros departamentos se identifico dos municipios que desarrollan esta actividad, Punata y Cliza, municipios en los que se encuentran grandes productores de chicha y los que ya tienen un mercado seguro para su producto.

### *Consumo*

Es un factor importante ya que determinara la eficiencia de los circuitos de comercialización y de la investigación, bajo el punto de vista de cadena agroproductiva, representa el último eslabón en el proceso y en el que es necesaria una mayor atención.

De acuerdo con el sondeo realizado, se determino la siguiente tipificación:

Emigrantes.

Migrantes.

Lugareños.

Profesionales.

Se contemplan dentro de esta tipificación aspectos generacionales, aplicable a los seis municipios en los que se realiza la investigación. Serán importantes los aportes que se obtengan de dicha tipificación para la conclusión del estudio.

### *Conclusiones.*

El sondeo se realizo aproximadamente en un lapso de tiempo de tres meses, actividad que nos brindo un acercamiento a los municipios, haciéndolos participes del conocimiento del proyecto, sus objetivos y sus alcances, dirigidos a conseguir el apoyo institucional de las alcaldías y otras instituciones.

En este proceso se atravesó con algunas dificultades tanto institucionales por parte de algunos municipios como con la desconfianza de las personas que se dedican a la actividad de la elaboración de chicha, no obstante fueron dificultades que impulsaron salidas alternativas para seguir adelante con el proyecto.

Actualmente se cuenta ya con una base de datos significativa de los procesos de elaboración en los seis municipios de acción, en pocas palabras el sondeo fue el impulso necesario para la identificación de las zonas de trabajo y el acercamiento con los productores y asociación de chicheras.

**ANEXO VIII**

**GUIA DE PREGUNTAS PARA LA**

**OBTENCIÓN DE PREGUNTAS EN CAMPO**

## CUESTIONARIO I

### ***EMPLEADOS DEL MUNICIPIO (RECAUDADOR DE CHICHA)***

1. ¿Cuántos productores de chicha tienen registrados en el municipio?

2. ¿Existe alguna asociación de productores de chicha, cuales?

Si  No

-  
-  
-

3. ¿Existe alguna categorización para los productores de chicha del municipio, cuales?

Si<sup>1</sup>  No

-  
-  
-

4. Realizan algún control sanitario y/o de calidad de la chicha e infraestructura.

Si<sup>1</sup>  No  En Proceso<sup>2</sup>

1.

2.

5. Existen normas o reglamentos que regulen la elaboración y venta de chicha en el municipio.

Si<sup>1</sup>  No

1.

6. Se realiza algún cobro de impuestos para la elaboración y/o venta de chicha. ¿Cómo, cuanto y a donde se destinan estos recursos?

Si <sup>1</sup>

No

-

7. ¿La recaudación de impuestos de la chicha qué importancia tenía antes de la participación popular? ¿Y que importancia tiene ahora para la comuna?

-

8. ¿Cada que tiempo se realizan los cobros de impuesto de la chicha?

-

9. ¿En qué ocasiones y a quienes no se les cobra el impuesto de chicha?

-

10. ¿Qué relación tiene el municipio con la asociación de chicheros? Existe alguna política de apoyo a la producción de chicha de buena calidad

## CUESTIONARIO II

### *PRODUCTORES*

1. ¿Cómo es que empezó a hacer chicha?

-

2. ¿Qué tipo de maíz emplea para realizar la chicha? ¿Por qué?

- |                                     |                                   |                                     |   |
|-------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Ch'uspillo | <input type="checkbox"/> Hualtaco | <input type="checkbox"/> Willcaparo | <input type="checkbox"/> Kulli              |
| <input type="checkbox"/> Chuncula   | <input type="checkbox"/> K'ellu   | <input type="checkbox"/> Uchuquilla | <input type="checkbox"/> Otros <sup>1</sup> |

1.

3. ¿Cómo obtiene el maíz para la elaboración de la chicha?

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Mercado <sup>1</sup> | <input type="checkbox"/> Producción propia | <input type="checkbox"/> Otros <sup>2</sup> |
|---|--|---|

1.

2.

4. ¿Qué otros insumos emplea para la elaboración de la chicha? ¿Por qué?

- |   |  |   |   |
|---|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Trigo <sup>1</sup> | <input type="checkbox"/> Cebada <sup>2</sup> | <input type="checkbox"/> Alcohol <sup>3</sup> | <input type="checkbox"/> Otros <sup>4</sup> |
|---|--|---|---|

1.

2.

3.

4.

5. ¿Como elabora la chicha y cada qué tiempo?

6. ¿Qué cantidad de chicha elabora y en que épocas se hace mas chicha?

7. ¿Qué destino tiene la chicha que elabora?

Venta (comercialización)       Auto consumo       Otros<sup>1</sup>

1.

8. ¿Dónde se realiza la comercialización y cual es el precio?

9. ¿Paga algún impuesto? ¿Cuál es el monto del mismo?

Si<sup>1</sup>       No

1.

### **CUESTIONARIO III.**

#### ***CONSUMIDOR.***

1. ¿Le gusta tomar chicha, por qué?

Si

No

-

2. ¿En que ocasiones prefiere consumir chicha?

-

3. ¿Que tipo de chicha prefiere (puritas sin azúcar, dulces, etc)?

-

4. ¿Dónde cree usted que se encuentra la mejor chicha, por qué?

-

5. ¿Sabe como se elabora la chicha?

-

6. ¿Qué piensa usted de la chicha?

-

7. ¿Cómo es para usted una buena chicha?

-

8. ¿Según usted, durante que fiestas se consume más chicha?

-

9. ¿Cuáles son las fiestas mas importantes del lugar?