



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA**

TESIS:

**VARIEDADES DE AJÍES DE LA SIERRA, COSTA Y SELVA Y
FACTORES RELACIONADOS A SU CONSUMO EN EL GRAN
MERCADO MAYORISTA DE LIMA, DE LA PROVINCIA DE LIMA,
2015**

Bach. LAYDA KAROLINA VEGA LUIS

Para optar por el título profesional de:

LICENCIADA EN TURISMO HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

LIMA PERÚ

2016

**VARIEDADES DE AJÍES DE LA SIERRA, COSTA Y SELVA Y
FACTORES RELACIONADOS A SU CONSUMO EN EL GRAN
MERCADO MAYORISTA DE LIMA, DE LA PROVINCIA DE LIMA,
2015**

DEDICATORIA

Dedico esta presente investigación a mis padres que me han apoyado constantemente en estos años de estudios universitarios y a mis fieles compañeras de cuatro patas que me acompañaron en cada amanecida durante estos cinco años de estudios.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres, hermana que me han acompañado en estos cinco años de estudios, brindándome su apoyo incondicional. Y también agradezco al profesor Rafael Garay Argandoña por brindarme sus conocimientos y enseñanzas.

RESUMEN

La presente investigación que lleva como título “Variedades de ajíes de la sierra, costa y selva y factores relacionados a su consumo en el gran mercado mayorista de Lima, de la provincia de Lima, 2015” es una investigación aplicada, en un nivel descriptivo y correlacional; en un diseño no experimental de tipo explicativo. Se trabajó con una población de 26 vendedores y 36 compradores; con una muestra de 23 vendedores y 34 compradores, con el muestreo no probabilístico por conveniencia. Para recoger información utilizare la técnica de la encuesta, usando 2 cuestionario con preguntas cerradas potitómicas, el primer cuestionario va dirigido al vendedor que cuenta con 12 items; y el segundo cuestionario va dirigido al comprador que cuenta con 9 items organizadas por las dimensiones de las variables variedades de ajíes de la Sierra, Costa y Selva y la variable y factores relacionados a su consumo en el gran mercado mayorista de Lima.

Los resultados encontrados son: el conocimiento de variedades de ají limo, ají amarillo, ají panca, rocoto, rocoto de la huerta, rocoto de la selva central por parte tanto del vendedor y del consumidor es en un 100% de estas variedades; sin embargo existen vendedores y compradores que conocen otras variedades de ajíes nativos; en el caso de los compradores esa cantidad es mínima; y ese grado de conocimiento se debe a que proceden del lugar en donde se utiliza ese ají, son cocinero o estudiantes de gastronomía. En el caso del vendedor que en su mayoría tiene una amplia experiencia en la comercialización de este bien, pero existe por parte de algunos vendedores desconocimiento por otras variedades de ajíes nativos

La comercialización de otros ajíes nativos que no sean ají limo, ají amarillo, ají panca, rocoto, rocoto de la huerta, rocoto de la selva central no existe; debido a que no existe demanda; los compradores en su mayoría indicaron que desconocen de otras variedades de ajíes y la forma en que se pueda utilizar; sin embargo los pocos compradores que conocían otros ajíes indicaron que no compraban ya que era difícil encontrar en los mercados; y además lo utilizaban en comidas regionales.

ABSTRACT

This research is entitled "Varieties of peppers from the mountains, coast and jungle and factors related to its consumption in the large wholesale market in Lima, province of Lima, 2015" is applied research in a descriptive level and correlational; in a non-experimental design of explanatory type. We worked with a population of 26 sellers and 36 buyers; with a sample of 23 sellers and 34 buyers, non-probability convenience sample. To collect information has used the survey technique using 2 potitómicas questionnaire with closed questions, the first questionnaire is directed to the seller which has 12 items; and the second questionnaire targets the buyer who has 9 items organized by the dimensions of the variables varieties of peppers de la Sierra, Costa and Selva and the variable and factors related to its consumption in the large wholesale market in Lima.

The results are: knowledge of varieties of hot chili peppers, yellow peppers, red pepper sauce, hot pepper, hot pepper from the garden, rocoto of the central jungle by both the seller and the consumer is 100% of these varieties; however there are dealers who know other varieties of native peppers; in the case of buyers that amount is minimal; and the degree of knowledge is due to come from the place where this pepper is used, students are chef or cuisine. For the seller who mostly has extensive experience in marketing this well, but there is some sellers by ignorance on other native varieties of peppers

The marketing of other native chili peppers than silt, yellow pepper, red pepper sauce, hot pepper, hot pepper from the garden, the central jungle rocoto not exist; because there is no demand; most buyers said they are unaware of other varieties

of peppers and how they can be used; however the few who knew other buyers indicated that they bought peppers and it was hard to find in the markets; and also they used it in regional foods.

INDICE

	PAGINAS
CARATULA	i
TITULO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v-vi
ABSTRACT	vii-viii
INDICE	ix-xiii
INDICE DE TABLAS	xiv-xxv
INDICE DE GRAFICOS	xxvi-xxxiv
INDICE DE FIGURAS	xxxv
INDICE DE FOTOS	xxxvi-xxxix
INTRODUCCIÓN	xl-xlii
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO METODOLOGICO	1-22
1.1 Descripción de la Realidad Problemática	1-4
1.2 Delimitación de la Investigación.....	5

1.3 Problemas de Investigación.....	5-6
1.3.1 Problema Principal	5
1.3.2. Problemas Secundarios	5-6
1.4 Objetivos de la Investigación	6-7
1.4.1. Objetivo General.....	6
1.4.2 Objetivos Específicos.	6
1.5 Hipótesis de la Investigación	7-9
1.5.1. Hipótesis General	7
1.5.2. Hipótesis Secundario.....	7-8
1.5.3. Identificación y Clasificación de Variables e Indicadores	8-9
1.5.3.1. Definición conceptual de la variable	8
1.5.3.2. Definición operacional de la variable.....	8
1.6 Diseño de la Investigación.....	10-14
1.6.1. Tipo de Investigación.....	11-12
16.2. Nivel de Investigación	12-13
1.6.3. Método	13-14
1.7 Población y Muestra de la Investigación	14-17
1.7.1. Población	14-15
1.7.2. Muestra.....	15-16
1.7.3.. Muestreo.....	16-17

1.8	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	17-18
1.8.1	Técnicas	17
1.8.2	Instrumentos	18
1.9	Validación y confiabilidad del instrumento	18-19
1.10.	Plan de recolección y procesamiento de datos.....	20-21
1.11.	Justificación e importancia de la Investigación	21
 CAPITULO II: MARCO TEORICO.....		22-107
2.1.	Antecedentes de la investigación.....	22-26
2.1.1.	Antecedentes nacionales.....	22-26
2.1.2.	Antecedentes internacionales	26
2.2.	Bases teóricas	26-105
2.2.1.	Ají.....	26-28
2.2.2.	Historia del ajie en el Perú	29-39
2.2.2.1.	Ají milenario.....	29-31

2.2.2.2. El ají en el tiempo	31-34
2.2.2.3 El ají de los incas.....	35-36
2.2.2.4. En la colonia	36-37
2.2.2.5. El ají en el futuro.....	37-38
2.2.3. Variedades de ajíes en el Perú.....	39-52
2.2.3.1. Costa norte	39-45
2.2.3.2. Sierra	45-47
2.2.3.3. Selva.....	48-52
2.2.4 Variedades de ajíes en el Perú.....	53-85
2.2.5. Estructura del mercado nacional de ajíes nativos y productos procesados	86-88
2.2.6. Oportunidades para los ajíes nativos peruanos en el mercado nacional	88-93
2.2.7. Consumo actual de ajíes nativos	93-96
2.2.8. Motivaciones que limitan el consumo de variedades sub-utilizadas en Lima moderna.....	96-98
2.2.9. El Gran mercado mayorista de Lima	99-105
2.3. Definición de términos Básicos	106-107

CAPITULO III: PRESENTACIÓN, ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	109-294
3.1. Análisis por dimensiones	109-153
3.1.1. Vendedores del Gran mercado mayorista de Lima.....	110-135
3.1.2. Compradores del Gran mercado mayorista de Lima	135-153
3.2. Análisis descriptivo.....	153-294
3.2.1. Análisis descriptivo del vendedor	153-245
3.2.2. Análisis descriptivo del comprador	245-294
CONCLUSIONES	295-297
RECOMENDACIONES.....	298-300
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	301-303
ANEXOS.....	304-352
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	304-308
ANEXO 2: ENCUESTA.....	309-324
ANEXO 3: VALIDACION DEL INSTRUMENTO	325-330
ANEXO 4: BASE DE DATOS	331-335
ANEXO 3: FOTOS DE APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO	336-352

INDICE DE TABLAS

	PAGINAS
TABLA N° 1:	9
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	
TABLA N° 2:	15
TAMAÑO MUESTRAL DE LOS VENDEDORES DEL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA	
TABLA N° 3:	16
TAMAÑO MUESTRAL DE LOS COMPRADORES DEL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA.	
TABLA N° 4:	19
INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS	
TABLA N° 5:	43
AJÍES DE PRODUCCIÓN MASIVA EN LA REGIÓN DE LA COSTA	

TABLA N° 6:44-45

AJÍES DE LA REGIÓN COSTA NORTE

TABLA N° 7:47

AJÍES DE LA REGIÓN SIERRA

TABLA N° 8:49-50

AJÍES DE LA REGIÓN DE LA SELVA

TABLA N° 9:50

OTRAS VARIEDADES DE AJÍES DE LA SELVA

TABLA N° 10:58

DATOS DEL AJÍ CEREZO

TABLA N° 11:59

AJÍ CEREZO

TABLA N° 12:60

VARIEDAD DE AJÍ CEREZO

TABLA N° 13:61

VARIEDAD DE AJÍ NO IDENTIFICADO

TABLA N° 14:62

VARIEDAD DE AJÍ CEREZO TRIANGULAR

TABLA N° 1563

VARIEDAD DE AJÍ NO IDENTIFICADO

TABLA N° 16:64

AJÍ UÑA DE GALLINA

TABLA N° 17:65

AJÍ TIPO AMARILLO

TABLA N° 18..... 66

VARIEDAD DE AJÍ AYUYO

TABLA N° 19.....67

VARIEDAD DE AJÍ AYUYO

TABLA N° 20	68
VARIEDAD DE AJÍ MONO	
TABLA N° 21	69
VARIEDAD DE AJÍ AYUYO	
TABLA N° 22	70
VARIEDAD DE AJÍ CHALLUARURO	
TABLA N° 23	71
VARIEDAD DE AJÍ DESCONOCIDO	
TABLA N° 24	72
VARIEDAD DE AJÍ LIMO	
TABLA N° 25	73
VARIEDAD DE AJÍ CHARAPITA	
TABLA N° 26	74
VARIEDAD DE AJÍ CHARAPITA	

TABLA N° 27	75
VARIEDAD DE AJÍ CHARAPITA	
TABLA N° 28	76
VARIEDAD DE AJÍ DULCE	
TABLA N° 29	77
VARIEDAD DE AJÍ DULCE	
TABLA N° 30	78
VARIEDAD DE AJÍ PUCUNUCHO	
TABLA N° 31	79
VARIEDAD DE AJÍ PUCUNUCHO ROJO	
TABLA N° 32	80
VARIEDAD DE AJÍ TOMATITO ROJO	
TABLA N° 33	81
AJÍ TIPO AMARILLO	

TABLA N° 34.....	82
VARIEDAD DE AJÍ ROJO	
TABLA N° 35.....	83
VARIEDAD DE AJÍ DESCONOCIDO	
TABLA N° 36.....	84
VARIEDAD DE AJÍ PIPI DE MONO	
TABLA N° 37.....	85
VARIEDAD DE AJÍ MALAGUETE	
TABLA N° 38.....	97
CONSUMO DE AJÍES NATIVOS POR VARIEDAD	
TABLA N° 39.....	98
MOTIVOS POR LOS QUE NO SE CONSUMEN AJÍES NATIVOS SUB-UTILIZADOS	
TABLA N° 40	105
PRECIO DEL AJÍ DEL DÍA 28 DE OCTUBRE DEL 2015	

TABLA N° 41..... 105

VOLUMEN DEL AJÍ DEL DÍA 28 DE OCTUBRE DEL 2015

TABLA N° 42.....154

CARACTERÍSTICAS DE PROCEDENCIA: ¿DE DÓNDE PROCEDE
USTED?

TABLA N° 43.....156

¿QUÉ TIEMPO TIENE DE COMERCIALIZAR AJÍES?

TABLA N° 44.....158

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ CEREZO?

TABLA N° 45.....159

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ CACHO DE CABRA?

TABLA N° 46..... 161

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJI LIMO?

TABLA N° 47.....162

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ MOCHERO?

TABLA N° 48.....163

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ ARNAUCHO?

TABLA N° 49.....164

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ VERDE?

TABLA N° 50.....165

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ PACAE?

TABLA N° 51.....166

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ AMARILLO?

TABLA N° 52.....167

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ PANCA?

TABLA N° 53.....168

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ AYUYO?

TABLA N° 54.....169

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ CHALLUARURO

TABLA N° 55.....170

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ CHARAPITA?

TABLA N° 56.....171

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ DULCE?

TABLA N° 57.....172

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ PUCUNUCHO?

TABLA N° 58.....173

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ MALAGUETA?

TABLA N° 59.....174

¿CONOCE LA VARIEDAD DE ROCOTO?

TABLA N° 60.....175

¿CONOCE LA VARIEDAD DE ROCOTO DE LA HUERTA?

TABLA N° 61.....176

¿CONOCE LA VARIEDAD DE ROCOTO DE LA SELVA CENTRAL?

TABLA N° 62.....177

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ PIPI DE MONO?

TABLA N° 63.....178-184

¿TIENE PROBLEMA DE ABASTECIMIENTO EN LOS SIGUIENTES AJÍES?

TABLA N° 64.....192-195

¿SUS CLIENTES LE MANIFIESTAN LA FINALIDAD DE LA COMPRA? DE SER (SI) PARA QUE TIPO DE PREPARACIÓN LO UTILIZAN:

TABLA N° 65.....202-205

¿SABE USTED POR QUE PREFIEREN ESAS VARIEDADES DE AJÍES? SI ES (SI) ¿POR QUÉ?

TABLA N° 66.....212-215

¿QUÉ TIPOS DE AJÍES LE LLEGA?

TABLA N° 67.....221-225

¿EXISTE DEMANDA DE LOS SIGUIENTES AJÍES?

TABLA N° 68.....230-240

¿EN QUÉ MES LE LLEGA LOS SIGUIENTES AJÍES?

TABLA N° 69.....250-252

¿CUÁL VARIEDAD DE AJÍES ES MÁS ESCASA?

TABLA N° 70.....255-258

¿QUÉ VARIEDAD DE AJÍES COMERCIALIZA MAYORMENTE?

TABLA N° 71264

¿EN QUÉ ÉPOCA DEL AÑO LAS VENTAS DE AJÍES CRECE?

TABLA N° 72.....267

CARACTERÍSTICAS DE PROCEDENCIA: ¿DE DÓNDE
PROCEDE USTED?

TABLA N° 73.....269-270

¿QUÉ VARIEDADES DE AJÍES CONOCE?

TABLA N° 74.....276-280

¿TIENE PROBLEMAS PARA COMPRAR LAS SIGUIENTES AJÍES?

TABLA N° 75.....286-289

¿PARA QUÉ TIPO DE PREPARACIÓN UTILIZA LOS SIGUIENTES AJÍES?

TABLA N° 76.....296-299

¿POR QUÉ RAZON PREFIEREN UTILIZAR ESAS VARIEDADES DE AJÍES EN LA PREPARACIÓN DE PLATOS?

TABLA N° 77.....303-307

¿QUÉ TIPOS DE AJÍES COMPRA?

TABLA N° 78.....316

¿EN QUÉ ÉPOCA DEL AÑO USTED COMPRA MÁS AJÍES?

TABLA N° 79.....318-322

¿USTED POR QUÉ MOTIVO CONOCE LOS SIGUIENTES AJÍES?

TABLA N° 80.....326-329

¿POR QUÉ RAZÓN NO CONSUME ESAS VARIEDADES DE AJÍES?

INDICE DE GRAFICO

PAGINAS

GRAFICO N° 1.....94

TONELADAS QUE INGRESARON AL MERCADO MAYORISTA
LA PARADA (1995- 2010)

GRAFICO N° 2.....95

VENTAS DE AJÍES NATIVOS EN SUPERMERCADOS
(PROMEDIO MENSUAL DEL 2010)

GRAFICO N° 3.....102

VARIACIÓN DE ABASTECIMIENTO DEL AJÍ LIMO POR SU
PROCEDENCIA

GRAFICO N° 4.....102

VARIACIÓN DE ABASTECIMIENTO DEL AJÍ AMARILLO SECO
POR SU PROCEDENCIA

GRAFICO N° 5103

VARIACIÓN DE ABASTECIMIENTO DEL AJÍ ROCOTO POR SU
PROCEDENCIA

GRAFICO N° 6103

VARIACIÓN DE ABASTECIMIENTO DEL AJÍ PANCA SECO
POR SU PROCEDENCIA

GRAFICO N° 7.....104

VARIACIÓN DE ABASTECIMIENTO DEL AJÍ ESCABECHE POR
SU PROCEDENCIA

GRAFICO N° 8104

VARIACIÓN DE ABASTECIMIENTO DEL AJÍ MONO POR SU
PROCEDENCIA

GRAFICO N° 9110-113

GRADO DE DIFUSIÓN O DE CONOCIMIENTO DE LAS
VARIEDADES DE AJÍES NATIVOS DE LA SIERRA, COSTA Y
SELVA

GRAFICO N° 10.....116-119

UTILIZACIÓN DEL TIPO O VARIEDAD DE AJÍ EN
PREPARACIÓN DE PLATOS

GRAFICO N° 11.....121-133

COMERCIALIZACIÓN

GRAFICO N° 12.....135-140

GRADO DE DIFUSIÓN O DE CONOCIMIENTO DE LAS
VSRIEDADES DE AJÍES DE LA SIERRA, COSTA Y SELVA

GRAFICO N° 13.....142-144

UTILIZACIÓN DEL TIPO O VARIEDAD DE AJÍ EN
PREPARACION DE PLATOS

GRAFICO N° 14.....146-148

COMERCIALIZACIÓN

GRAFICO N° 15.....149-151

PERFIL DEL CONSUMIDOR

GRAFICO N° 16.....155

CARACTERÍSTICAS DE PROCEDENCIA: ¿DE DÓNDE
PROCEDE USTED?

GRAFICO N° 17.....157

¿QUÉ TIEMPO TIENE DE COMERCIALIZAR AJÍES?

GRAFICO N° 18.....158

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ CEREZO?

GRAFICO N° 19.....160

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ CACHO DE CABRA?

GRAFICO N° 20.....161

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ LIMO?

GRAFICO N° 21.....162

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ MOCHERO?

GRAFICO N° 22.....163

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ ARNAUCHO?

GRAFICO N° 23.....164

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ VERDE?

GRAFICO N° 24.....165

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ PACAE?

GRAFICO N° 25.....166

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ AMARILLO?

GRAFICO N° 26.....167

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ PANCA?

GRAFICO N° 27.....168

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ AYUYO?

GRAFICO N° 28.....169

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ CHALLUARURO?

GRAFICO N° 29.....170

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ CHARAPITA?

GRAFICO N° 30.....171

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ DULCE?

GRAFICO N° 31.....172

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ PUCUNUCHO?

GRAFICO N° 32.....173

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ MALAGUETA?

GRAFICO N° 33.....174

¿CONOCE LA VARIEDAD DE ROCOTO?

GRAFICO N° 34.....175

¿CONOCE LA VARIEDAD DE ROCOTO DE LA HUERTA?

GRAFICO N° 35.....176

¿CONOCE LA VARIEDAD DE ROCOTO DE LA SELVA
CENTRAL?

GRAFICO N° 36.....177

¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ PIPI DE MONO?

GRAFICO N° 37.....188-191

¿TIENE PROBLEMA DE ABASTECIMIENTO EN LOS
SIGUIENTES AJÍES?

GRAFICO N° 38.....	196
¿SUS CLIENTES LE MANIFIESTAN LA FINALIDAD DE LA COMPRA?	
GRAFICO N° 39.....	200-201
¿PARA QUE TIPO DE PREPARACIÓN LO UTILIZAN?	
GRAFICO N° 40	206
¿SABE USTED POR QUÉ PREFIEREN ESAS VARIEDADES DE AJÍES?	
GRAFICO N° 41.....	210-211
¿POR QUÉ PREFIEREN ESTAS VARIEDADES DE AJIES?	
GRAFICO N° 42	219-220
¿QUÉ TIPOS DE AJÍIES LES LLEGA?	
GRAFICO N° 43.....	228-229
¿EXISTE DEMANDA DE LOS SIGUIENTES AJÍES?	
GRAFICO N° 44.....	243-249
¿EN QUÉ MES LE LLEGA LOS SIGUIENTES AJÍES?	

GRAFICO N° 45.....253-254

¿CUAL VARIEDAD DE AJÍES ES MAS ESCAS?

GRAFICO N° 46.....261-263

¿QUÉ VARIEDADES DE AJÍES COMERCIALIZA MAYORMENTE?

GRAFICO N° 47.....265

¿EN QUÉ ÉPOCA DEL AÑO LAS VENTAS DE AJÍES CRECE?

GRAFICO N° 48.....268

CARACTERISTICAS DE PROCEDENCIA: ¿DE DÓNDE
PROCEDE USTED?

GRAFICO N° 49.....273-275

¿QUÉ VARIEDADES DE AJIES CONOCE?

GRAFICO N° 50.....281-285

¿TIENE PROBLEMAS PARA COMPRAR LOS SIGUIENTES
AJIES?

GRAFICO N° 51.....293-295

¿PARA QUÉ TIPO DE PREPARACIÓN UTILIZA LOS SIGUIENTES AJÍES?

GRAFICO N° 52.....300-302

¿POR QUÉ RAZÓN PREFIERE UTILIZAR ESTAS VARIEDADES AJÍES EN LA PREPARACIÓN DE LOS PLATOS?

GRAFICO N° 53.....311-315

¿QUÉ TIPOS DE AJIES COMPRA?

GRAFICO N° 54.....317

¿EN QUÉ ÉPOCA DEL AÑO USTED COMPRA MAS AJÍES?

GRAFICO N° 55.....323-325

¿USTED POR QUÉ MOTIVO CONOCE LOS SIGUIENTES AJÍ?

GRAFICO N° 56.....330-333

¿POR QUÉ RAZÓN NO CONSUME ESAS VARIEDADES DE AJÍES?

INDICE DE FIGURAS

PAGINAS

FIGURA N° 131

COLORIDA REPRESENTACIÓN DE AJÍES EN LA CERÁMICA
DE LA CULTURA NAZCA.

FIGURA N° 2.....34

VESTIGIOS MÁS RESALTANTES DEL AJÍ EN LAS CULTURAS
PREINCAS DEL PERÚ

FIGURA N° 351

MAPA DE LAS REGIONES DEL AJÍ

FIGURA N° 452

AJÍES NATIVOS CULTIVADOS EN LOS DIFERENTES
DEPARTAMENTOS EN PERÚ

INDICE DE FOTOS

PAGINAS

FOTO N° 1375

GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA

FOTO N° 2376

ENTRADA DEL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA

FOTO N° 3377

PUERTA DE INGRESO DEL GRAN MERCADO MAYORISTA DE
LIMA

FOTO N° 4377

INGRESO AL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA

FOTO N° 5378

MAPA DE DISTRIBUCION DEL GRAN MERCADO MAYORISTA
DE LIMA

FOTO N° 6.....378

INGRESO DE COMPRADORES AL GRAN MERCADO
MAYORISTA DE LIMA

FOTO N° 7.....379

INGRESO DE TRANSPORTE AL GRAN MERCADO
MAYORISTA DE LIMA

FOTO N° 8.....379

FACHADA DEL PABELLON "A"

FOTO N° 9.....380

INGRESO AL PABELLON "A"

FOTO N° 10.....380

SACOS LLENOS DE AJIES

FOTO N° 11.....381

VENTA DE AJI AMARILLO Y PANCA DESHIDRATADO

FOTO N° 12	381
VENTA DE AJI PANCA	
FOTO N° 13	382
VENDEDOR DE AJI PANCA	
FOTO N° 14	382
PUESTO DEDICADO A LA VENTA DE AJI AMARILLO	
FOTO N° 15	383
VENTA POR MAYOR DE AJI AMARILLO	
FOTO N° 16	383
PUESTO DE AJI AMARILLO DE DIVERSAS CALIDADES	
FOTO N° 17	384
VENTA DE ROCOTO Y ROCOTO DE LA SELVA CENTRAL	
FOTO N° 18	385
VENTA DE AJI LIMO	

FOTO N° 19385

MUESTRA DE AJI LIMO

FOTO N° 20386

VENTA DE AJI LIMO Y ROCOTO

FOTO N° 21387

PUESTO DE AJI LIMO, ROCOTO, ROCOTO DE LA HUERTA Y
ROCOTO DE LA SELVA CENTRAL

FOTO N° 22388

AJI LIMO EN EL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA

FOTO N° 23389

VENTA DE AJI LIMO

FOTO N° 24390

COMERCIALIZANDO AJI LIMO Y ROCOTO

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo demostrar que existen factores que relacionados al consumo de las variedades de ajíes de la Selva, Sierra y Costa en el gran mercado mayorista de Lima, de la provincia de Lima, es una investigación que pertenece al área de gastronomía como profesión social.

La investigación en el campo gastronómico es importante, ya que se desconoce de muchas variedades de productos que se pueden utilizar en la gastronomía para revalorarla e innovarla. En la actualidad está creciendo el querer conocer más sobre productos oriundos de nuestro país, pero lamentablemente no se encuentra poca información y también no se encuentra estos productos muy fácilmente en los mercados de la ciudad de Lima.

El tema de la investigación es muy importante para la gastronomía y la agricultura, ya que si la gastronomía implementa el uso de nuevos productos, en este caso los ajíes poco conocidos por las personas, se puede dar un nuevo valor a estos productos, haciéndolos conocidos por sus propiedades que tienen a la hora que se utiliza en un plato, haciendo de esta manera que exista una demanda de nuevos productos, por lo cual los agricultores tendrán la posibilidad de seguir produciendo estos productos pero con un beneficio económico, y por consiguiente se ofertaran en los diferentes mercados, haciendo que estos productos estén al alcance de todas las personas y no se pierdan a través de los años.

La motivación de realizar esta investigación es dar a conocer productos que existen en nuestro país desde muchos años, inclusive desde la época de nuestros ancestros; pero que no se le da el valor adecuado y han sido olvidados por mucho tiempo. Sin saber que estos productos son muy ricos y se pueden aprovechar en nuestra gastronomía para que aporte nuevos sabores, que hagan que nuestros tan valorados platos a nivel internacional resalten y tengan una innovación en sabores pero con productos de la misma especie sin perder su esencia, pero si probando otras variedades, ya que cada producto tiene un sabor diferente y además haciendo que estos productos no se pierdan a través de los años.

Por tanto esta tesis está orientado a la investigación de las variedades de ajíes de la Costa, Sierra y Selvas haciendo la parte correlacional con los factores relacionados al consumo en el Gran mercado mayorista de Lima para demostrar que existen factores que influyen a que las personas no consuman otras variedades a parte del ají limo, ají amarillo, ají panca, rocoto de la selva central, y rocoto de la huerta.

La investigación está estructurada de los siguientes capítulos:

En el primer capítulo, se plantea la descripción de la realidad problemática, la delimitación de la investigación, la formulación del problema, los objetivos de la investigación, la justificación de la investigación, las limitaciones y la viabilidad de la investigación, las hipótesis de la investigación, y la operacionalización de variables, a través de un cuadro en donde se ve las dimensiones de las variables con sus indicadores, con la escala y tipo, la metodología de la investigación, en donde se dará a conocer el tipo y nivel de la investigación, el diseño de la investigación, la población y muestreo de la investigación y además de las técnicas e instrumentos de recolección de datos.

En el segundo capítulo, a través del manejo de los antecedentes de la investigación, bases teóricas y definición de términos se busca dar a conocer más de la investigación.

En el tercer capítulo, se plantea presentación, análisis e interpretación de resultados de la investigación.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1 Descripción de la realidad problemática

En la gastronomía peruana, sea esta costeña, serrana o selvática, del norte, centro o sur, lleva ají. Ningún plato puede esquivar su sabrosa presencia, y aunque esta ha pasado desapercibida a lo largo de los años que lleva preparándose la cocina peruana, se trata de su protagonista. Sin ají, no existiría comida peruana.

Estamos, pues, frente al producto bandera de nuestra cocina, un emblema nacional que se come molido o a dentadas desde las raíces de nuestra historia.

El ají es un producto poco investigado y estudiado, y no ha merecido un tratamiento adecuado, de acuerdo a su trascendencia y aporte.

Es común encontrar en los supermercados y mercados de la provincia Lima las variedades de ajíes como el ají limo, rocoto, ají panca y ají amarillo; pero no se encuentran otras variedades como el ajíes cerezo, mochero, cacho de cabra, pipi de mono, arnaucho, ayucillo, paca, malagueta, pucunuccho, chauaruro y el charapita; que son poco difundidos y comercializados en la provincia de Lima, lo cual no permite la explotación de estas variedades de ajíes.

El desconocimiento de las variedades de ajíes se puede dar ya que la mayoría de personas en nuestro país se limitan a conocer e informarse de la variedad de ajíes que existen; ya sea porque no hay una difusión de estos en nuestro entorno y también porque no hay la comercialización adecuada de la mayoría de los ajíes en todos los supermercados, mercados sean minoristas y mayoristas.

La falta de información, difusión y comercialización de estas variedades se puede dar también porque existe poca demanda, producción estacional de estas variedades de ajíes, los precios altos que existen en los mercados lo cual no lo hace accesible para los consumidores. En si todas estas causas de desconocimiento y comercialización de estas variedades tiene como consecuencia la pérdida de estos ajíes en nuestra gastronomía; ya que estas variedades de ajíes pueden ser utilizadas de manera muy enriquecedora en nuestra gastronomía, ya que el Perú tiene una amplia variedades de ajíes, y cabe recordar que una de las bases fundamentales de la gastronomía peruana es el ají.

Además se debe resaltar que cada variedad de ají tiene un nivel diferente de picor, en lo referente a su sabor; que lamentablemente no son aprovechados del todo, por la falta de desconocimiento y comercialización.

“En la ciudad de Lima, los ajíes nativos se encuentran exclusivamente distribuidos en algunos mercados o terminales, y son comercializados en pequeñas cantidades por escasos comerciantes. Su uso no se extiende más debido a la falta de conocimiento de los consumidores acerca de la existencia y uso específico de estas variedades, y a la falta de un abastecimiento contante en los mercados nacionales. Algunos restaurantes y consumidores adquieren o consumen variedades nativas por medio del envío de estas a través de encomiendas o visitas de familiares que viven en las zonas de origen.

*Por el contrario, en las zonas productoras o de origen, los ajíes nativos se encuentran fácilmente, pero su producción es escasa y destinada mayormente al autoconsumo; por lo tanto, no se encuentran cantidades suficientes para aplicaciones industriales. La mayoría de los habitantes y productores de estas zonas siembran ajíes nativos en sus huertas o patios, lo cual permite un abastecimiento para el consumo propio. (García 2011). (Jäger, Alejandra Jiménez, Karen Amaya. (2013). **Guía de oportunidades en el mercado para los ajíes nativos en el Perú . (p. 23) .”***

El Perú es conocido por su cultura y su gastronomía que en los últimos años se ha ido fortaleciendo; el Perú es uno de los países con más variedades de ajíes, se encuentra de diferentes tamaños, colores, formas, grados de picor y sabor; lo cual lo hace un ingrediente muy rico para explotar en nuestra gastronomía; ya que el ají es una de las bases fundamentales de la comida Peruana.

Según Flavio Solórzano *“en el Perú la variedad de ajíes es lo que más nos representa y la calidad debería promocionarse, el hecho de tener una variedad infinita de ajíes que supera casi alrededor de 200, por lo menos, de los que el limeño y el peruano en general no conocen más*

de seis es algo que hay que trabajar. Siempre digo no me conformo con que la gente conozca cinco, cada año. (Lifestiyle, Por Loreto Oda Marín ,3 Septiembre 2014)”

A pesar que el Perú cuenta con una amplia variedad, “los ajíes nativos se encuentran exclusivamente distribuidos en algunos mercados o terminales, y son comercializados en pequeñas cantidades por escasos comerciantes. Su uso no se extiende más debido a la falta de conocimiento de los consumidores acerca de la existencia y uso específico de estas variedades, y a la falta de un abastecimiento contante en los mercados nacionales. (Jäger, Alejandra Jiménez, Karen Amaya. (2013). Guía de oportunidades en el mercado para los ajíes nativos en el Perú . (p. 23)). ”

Bolivia es un país que tiene una característica en común con el Perú, que es uno de los productores importantes de ajíes; pero a diferencia de Perú el gobierno boliviano realiza investigaciones sobre este producto, y en especial de los ajíes nativos; dándoles un valor y haciendo que las personas conozcan más sobre este producto y lo consuman en diferentes preparaciones; e incluso una renombrada chef Boliviana Rita del Solar y creadora de libros gastronómicos como “¡AJÍ! Regalo de Bolivia para el Mundo” en donde hace conocer la historia y su valor; como también sus usos gastronómicos; difundiendo la preparación de diferentes platos con esas variedades.

Con esta tesis busco dar a conocer las variedades de ajíes de la Sierra, Costa y Selva; como el ají cerezo, mochero, cacho de cabra , pipi de mono, arnaucho, ayucillo, malagueta, pucunucho, paca, challuaruro y el charapita ; y el motivo por el cual no es consumido en la provincia de Lima.

1.2. Delimitación de la Investigación

Se dará a conocer las variedades de ajíes como el cerezo, mochero, cacho de cabra, pipi de mono, arnaucho, ayuclo , malagueta, pucunucho, paca, challuaruro y el charapita; y los factores relacionados a su consumo; en el gran mercado mayorista de Lima, ubicado en el distrito de Santa Anita, en la provincia de Lima.

En donde se busca saber el motivo del escaso consumo y se dará a conocer las variedades de ajíes.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema Principal

- ¿Cuáles son los factores relacionados al consumo de variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva en el Gran Mercado Mayorista de Lima; de la provincia de Lima, 2015?

1.3.2. Problemas Secundarios

- ¿Cuál es el nivel de conocimiento de las variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva en el gran mercado mayorista de Lima?
- ¿Qué tipo de utilización tienen las variedades de ajíes nativos en la gastronomía?

- ¿Cómo es la comercialización de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva en el gran mercado mayorista de Lima?
- ¿Cuál es la preferencia del consumidor de ajíes nativos en el gran mercado mayorista de Lima?

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General

- Determinar los factores relacionados al consumo de variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva en el Gran Mercado Mayorista de la provincia de Lima, 2015.

1.4.2. Objetivos Específicos.

- Evaluar el nivel de conocimiento de las variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva en el Gran mercado mayorista de Lima.
- Determinar la utilización de las variedades de ajíes nativos en la gastronomía.
- Determinar el nivel de comercialización de los ajíes de la Costa, Selva y Sierra; en el Gran mercado mayorista de Lima.
- Determinar las preferencias del consumidor de ajíes nativos en el Gran mercado mayorista de Lima.

1.5.Hipótesis de la investigación

1.5.1. Hipótesis General

- Los factores relacionados al bajo consumo de ajíes nativos el Gran Mercado Mayorista de Lima; es la escasa demanda, debido al desconocimiento de las variedades de ajíes

1.5.2.Hipótesis Secundario

- El nivel de conocimiento de los compradores sobre las variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva es baja en el Gran mercado mayorista de Lima
- El tipo de utilización de las variedades de ajíes nativos es baja en la gastronomía de Lima.
- El nivel de comercialización de las variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva es baja en el Gran mercado mayorista de Lima.
- Existe baja preferencia del consumidor por las variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva en el Gran mercado mayorista de Lima.

1.5.3. Identificación y Clasificación de Variables e Indicadores

1.5.3.1. Definición conceptual de la variable

“La definición conceptual es necesaria para unir el estudio a la teoría (Tamayo y Tamayo (2003)).”

La definición conceptual de la variable de la presente investigación es variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva.

1.5.3.2. Definición operacional de la variable

“Explican que las definiciones operacionales son esenciales para poder llevar a cabo cualquier investigación, ya que los datos deben ser recogidos en términos de hechos observables. (Tamayo y Tamayo (2003))”

La definición operacional de la variable de la presente investigación es factores Relacionados a su consumo en el gran mercado Mayorista.

TABLA N° 1

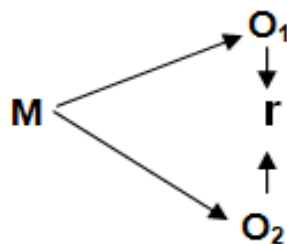
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA	TIPO	
Fuente: elaboración propia	Variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de difusión o de conocimiento de las variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva. • Utilización del tipo o variedad de ají en preparación de platos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia o ausencia de información según región de procedencia. • Adecuación. • Transformación. • Presencia en la gastronomía peruana. • Tipos de preparación. 	Nominal	Cualitativo
	Factores Relacionados a su consumo en el mercado Mayorista	<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización • Perfil del consumidor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta y Demanda de las variedades de ajíes nativos. • Utilidad de cada variedad. • Preferencia del consumidor respecto a cada variedad. 	Nominal	Cualitativo

Operacionalización de la variable

1.6. Diseño de la investigación

“Los estudios Correlacionales miden cada variable para ver si existe o no relación entre ellas, este tipo de estudios son cuantitativos e intentan predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos o fenómenos en una variable, a partir del valor que tienen en la (s) variable(s) relacionada(s). (Hernández, Fernández y Baptista (2004))”.

El diseño de la presente investigación no experimental, es de tipo correlacional porque se relacionara los factores de consumo de los ajíes de la Sierra, Costa y Selva en el Gran mercados mayorista Lima, además se les aplicara a los vendedores y compradores un cuestionario sobre cuantas variedades de ajíes conocen y el abastecimiento que existe de las variedades de ajíes de la Selva, Costa y Sierra ; con el fin de determinar los factores relacionados al consumo de variedades de ajíes nativos de Sierra Costa, Selva.



Donde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la V. 1.

O₂ = Observación de la V. 2.

r = Correlación entre dichas variables.

1.6.1. Tipo de investigación

“La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice (Hernandez, Fernandez y Bapésta, 2003).”

Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones metodológicas de una investigación descriptiva porque describiré las variedades de ajíes de la sierra, costa y selva y factores relacionados a su consumo en el gran mercado mayorista de Lima, ubicado en el distrito de Santa Anita, en la provincia de Lima.

“El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis previamente hechas; confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de estadísticas para establecer con exactitud patrones de comportamientos de una población (Hernandez, Fernandez y Bapésta, 2003)”.

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, ya que se necesita para analizar los resultados de las encuestas que se aplicara a los consumidores y vendedores del gran mercado mayorista de Lima, ubicado en Santa Anita, en la provincia de Lima.

“Dentro del diseño no experimental existe la clasificación de investigación transeccional y longitudinal. Para ésta la clasificación elegida fue la transeccional o transversal que significa “recolectar datos en un solo momento, en un tiempo único (Hernández, Fernández, y Baptista, 2006)”.

La investigación es transversal, ya que se aplicara en un solo momento la encuesta a los consumidores y vendedores del gran mercado mayorista de Lima, ubicado en Santa Anita, en la provincia de Lima.

1.6.2. Nivel de investigación

“Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Hernández, Fernández y Baptista, 2004)”.

“Los estudios Correlacionales miden cada variable para ver si existe o no relación entre ellas, este tipo de estudios son cuantitativos e intentan predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos o fenómenos en una variable, a partir del valor que tienen en la (s) variable(s) relacionada(s). (Hernández, Fernández y Baptista (2004)”.

“Según Bellorin y Rivas (1992) Caracterizan a la investigación explicativa como aquella en la cual el investigador se procura más en buscar las causas o los porqué de la ocurrencia del fenómeno, de cuáles son las variables o características que presentan y de cómo se dan sus interrelaciones”.

De acuerdo a la profundidad del estudio de esta investigación, reúne por su nivel las características en un primer lugar de un nivel descriptivo porque en esta investigación hare una descripción de las variedades de ajíes que existen en el Perú; en segundo lugar es de nivel correlacional porque se medirá los factores relacionados que existe en el consumo de las variedades de ajíes de la Sierra, Costa y Selva en el Gran mercado mayorista de Lima; y por último es de nivel explicativo porque se analizara los factores que existe en el consumo de ajíes de la Sierra, Costa y Selva en el Gran mercado mayorista de Lima

1.6.3. Método

La presente investigación plantea estudiar cuáles son los factores relacionados al consumo de variedades de ajíes nativos de Sierra Costa, Selva; que se realizara en el Gran mercado mayorista de Lima ubicado en el distrito de Santa Anita, en la provincia de Lima.

Dicha investigación analizara las variedades de ajíes nativos de Sierra Costa, Selva; el conocimiento de dichas variedades, y la relación que existe en el consumo en el Gran mercado mayorista de Lima.

Su tamaño de muestra es de 23 vendedores y 34 compradores del gran mercado mayorista de Lima, ubicado en el distrito de Santa Anita, en la provincia de Lima. Esta investigación es descriptiva de enfoque cuantitativo, se subclasifica como transversal.

En este sentido **Hernández, Fernández, y Baptista (2006)**, establecen: *“Dentro del diseño no experimental existe la clasificación de investigación transeccional y longitudinal. Para ésta la clasificación elegida fue la transeccional o transversal que significa “recolectar datos en un solo momento, en un tiempo único”.*

1.7. Población y Muestra de la Investigación

1.7.1. Población

“Es el conjunto conformado por todos los elementos, seres u objetivos que contienen las características y mediciones u observaciones que se requiere en una investigación dada.(Parra 2006, p. 15)”

“El universo o población es un grupo de personas o cosas similares en una o varias aspectos, que forman parte del objeto de estudio.(Eyssautier 2002, p. 196)”

La población de la presente investigación son 26 vendedores de ajíes y 40 compradores del gran mercado mayorista de Lima, ubicado en el distrito de Santa Anita, en la provincia de Lima.

1.7.2. Muestra

“La muestra es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia (Hernández (2008) (p.562))”.

La muestra que se estudiara en esta investigación es de 23 vendedores y 34 compradores del gran mercado mayorista de Lima, ubicado en el distrito de Santa Anita, en la provincia de Lima.

TABLA N° 2

ESTIMAR UNA PROPORCIÓN DE VENDEDORES	
Total de la población (N)	26
Nivel de confianza o seguridad (1-α)	95%
Precisión (d)	3%
Proporción (valor aproximado del parámetro que queremos medir)	5%
TAMAÑO MUESTRAL (n)	23

Tamaño muestral de los vendedores del Gran mercado mayorista de Lima.

TABLA N° 3

ESTIMAR UNA PROPORCIÓN DE COMPRADORES	
Total de la población (N)	40
Nivel de confianza o seguridad (1-α)	95%
Precisión (d)	3%
Proporción (valor aproximado del parámetro que queremos medir)	5%
TAMAÑO MUESTRAL (n)	34

Tamaño muestral de los compradores del Gran mercado mayorista de Lima.

1.7.3. Muestreo

“Muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales oportunidades de ser seleccionados.

El muestreo no probabilístico de tipo muestreo por conveniencia es probablemente la técnica de muestreo más común. En el muestreo por conveniencia, las muestras son seleccionadas porque son accesibles para el investigador. Los sujetos son elegidos simplemente porque son fáciles de reclutar. Esta técnica

es considerada la más fácil, la más barata y la que menos tiempo lleva. “(Recuperado de <https://explorable.com/es/muestreo-no-probabilistico>).”

Para esta investigación se utilizara el tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia; porque no toda la población está dispuesta a que se aplique el instrumento; ya que se realizara en el Gran mercado mayorista de Lima, a los vendedores y compradores.

1.8. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

1.8.1. Técnicas

*“Describen a la encuesta como la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados (**Mayntz (1976:133)**).*”

La técnica que voy utilizar en la presente investigación es la encuesta, ya que me va permitir recolectar datos e información sobre los factores relacionados al consumo de las variedades de ajíes del Perú, que aplicare a los compradores y vendedores del Gran mercado mayorista de Lima.

1.8.2. Instrumentos

"Los cuestionarios son documento estructurado o no que contiene un conjunto de reactivos, relativo a los indicadores de una variable y las alternativas de la respuestas, además expresa que a través de las encuesta se obtienen las opiniones de los individuos con relación a los objetos de la investigación. (Méndez 2000)"

Los instrumentos que voy utilizar en la presente investigación es el cuestionario con preguntas cerradas potitomicas; que aplicare a los compradores y vendedores del Gran mercado mayorista de Lima; sobre el grado de conocimiento que tiene de las variedades de ajíes, el abastecimiento, entre otros factores que se relaciona al consumo.

1.9. Validez y confiabilidad del instrumento

"Validez es el grado en el que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir. (Kerlinger (1998))".

"Confiabilidad es el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes. Es decir en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales. (Kerlinger (1998))".

TABLA N°4

Fuente: elaboración propia basada en la evaluación de los expertos

CRITERIOS	JUECES EXPERTOS					TOTAL
	1	2	3	4	5	
1	0.61	0.82	0.82	0.72	0.6	3.57
2	0.76	0.76	0.8	0.78	0.6	3.7
3	0.82	0.8	0.78	0.8	0.66	3.86
4	0.88	0.85	0.75	0.84	0.6	3.92
5	0.85	0.75	0.74	0.8	0.65	3.79
6	0.81	0.8	0.8	0.8	0.6	3.81
7	0.87	0.81	0.84	0.85	0.62	3.99
8	0.9	0.86	0.75	0.72	0.68	3.91
9	0.92	0.84	0.77	0.85	0.7	4.08
	7.42	7.29	7.05	7.16	5.71	34.63

Instrumento de evaluación de expertos

Total= 34.63 / 45 = 0,77 > 0,60

El instrumento es válido siempre que $p > 0,60$

Los criterios de jurado se ha puesto con decimales después se suma el total de cada columna y fila 34.63 = suma total 45 es el multiplicador de los jueces 5 por 9 criterios = 45

1.10. Plan de recolección y procesamiento de datos

“Según Hernández (2002), la recolección de datos requiere de las siguientes actividades, las cuales son confiabilidad y validez, refiriendo a la primera como el grado en que la aplicación repetida del mismo arroja resultados iguales y la validez del grado en que dicho instrumento mide en realidad la variable que pretende medir.

Menciona también algunos pasos del procedimiento para construir el instrumento de medición los cuales son: listar las variables, revisar su definición conceptual y comprender su significado, revisar cómo han sido definidas operacionalmente, elegir el instrumento de medición que haya sido favorecido por la comparación y adaptarlo al contexto de la investigación, indicar el nivel de medición, indicar como se habrán de codificar los datos”.

Para esta investigación se elaboró un instrumento de medición que se muestra en la parte de anexos (**Anexo 2**) el cual se aplicó a 23 vendedores y 34 compradores del Gran mercado mayorista de Lima, en un muestreo no probabilístico por conveniencia.

Este cuestionario fue diseñado tomando en cuenta las variables que den los resultados que se necesita para cumplir con los objetivos de la investigación, y fue elaborado con preguntas cerradas de tipo potitomicas, y codificada en escalas.

El cuestionario (**Anexo 2**) fue codificado las preguntas y respuestas en el programa SPSS versión 23 en vistas de datos y vista de variables; el resultado de las respuestas fueron obtenidas en estadísticos descriptivos de frecuencias del programa SPSS vs 23; y en el programa Excel realizo los gráficos que ayudaran a plasmar los resultados, para cumplir con los objetivos planteados en la investigación.

1.11. Justificación e importancia de la Investigación

Con esta tesis se busca concientizar a las personas del gran valor que tiene el ají en nuestra gastronomía; ya que sin este ingrediente no existirían muchos de nuestros platos banderas.

A pesar de ser de gran importancia para la gastronomía peruana, no se le da el valor ni el trato adecuado; ya que no hay muchas investigaciones que aporten sobre las variedades que existen en el Perú y la forma en que se puede emplear en la gastronomía.

A demás al revalorar el ají de nuestras diferentes regiones, las personas comenzaran a conocer de ello y demandarlas en los mercados; lo cual hará que se comiencen a comercializar en Lima; trayendo beneficios a los agricultores y comerciantes.

La utilización del ají en la gastronomía permite ampliar la creatividad de los cocineros y chef, para crear nuevos platos y mejorar o darles una nueva apariencia, sabores y aromas.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes nacionales

- **Título: El ají y las culturas alimentarias andinas**

Autor: Diego Emilio Luza Fernández

Universidad: Pontificia Universidad Católica del Perú

Año: 2013

La presente tesis tiene por finalidad el estudio del papel del ají en la cultura alimentaria de las civilizaciones prehispánicas. El uso actual del ají en la alimentación andina cuenta con una tradición que se puede rastrear hacia tiempos prehispánicos. Se sabe que fue uno de los ingredientes predominantes en la alimentación prehispánica y que también tuvo importancia ritual como ofrenda o la supresión temporal de su consumo

dentro de algunos ritos. De esta manera, se creó un conjunto de representaciones, creencias y prácticas asociadas al consumo del ají y que fueron compartidas por los individuos de las culturas prehispánicas en los Andes.

En este trabajo se propone, por un lado, articular el conocimiento derivado del esquema del llamado sistema alimentario y completar estas aproximaciones con elementos como el gusto y otras expresiones culturales para proporcionar un enfoque más completo acerca del ají en el período prehispánico. En el primer capítulo, se trabajará la propuesta teórica para abordar los temas relacionados a la alimentación desde un enfoque histórico. Aunque ya han sido mencionados algunos conceptos de este marco teórico, se profundizará en el asunto por medio del análisis de la historiografía de la alimentación producida en el Perú y también se presentará una aproximación cultural al tema. El propósito anexo es romper el marco tradicional historiográfico ya que la historia de la alimentación ha sido vista como una aproximación tradicionalmente circunscrita a la historia social de corte más bien tradicional. A través de los conceptos de cultura alimentaria y sistema alimentario, se buscará hacer un análisis tanto desde la perspectiva de la historia cultural (teniendo en cuenta las expresiones y prácticas relacionadas con el ají), así como desde la historia de la vida cotidiana (la alimentación es una actividad indispensable dentro del día a día de todas las sociedades). En el segundo capítulo, se aplicará el concepto de sistema alimentario en las poblaciones prehispánicas mediante la exposición de nuestro estudio de caso: el ají. Se tendrá en cuenta cómo los diferentes grupos sociales de estas poblaciones son actores dentro de un sistema en el que se dan diferentes usos y valores al ají y se cumplen diferentes tareas para llevar a cabo dicho proceso. Se hará énfasis en el proceso que sigue el ají para el consumo de estas civilizaciones (la cadena productiva) sin dejar de lado

factores ecológicos, geográficos, tecnológicos (en relación con las técnicas y herramientas empleadas en la agricultura), de procesamiento (secado, salado) y conservación (depósitos y tambos). Por último, se tendrá en consideración, a través de un breve repaso de vocablos de las lenguas quechua y aimara, referencias a las técnicas culinarias, las alimentaria diferentes maneras de preparación de comidas como asimismo las expresiones que dan a conocer «el gusto por el ají». Por último, se desarrollará el concepto de cultura relacionada con el ají, enfocándonos en algunas de las costumbres rituales en las que el ají cumplía un papel importante. Este capítulo incluye una mirada más detallada a los ayunos, las ofrendas a los muertos y el papel del ají dentro de los mitos de origen de diferentes poblaciones prehispánicas.

- **Título : Estudio de mercado de variedades subutilizadas de ajíes nativos (*Capsicum spp*) en el Perú dentro del marco del proyecto internacional financiado por la cooperación alemana**

Autor: García Yi, Alicia Isabel

Universidad: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas - UPC. Escuela de Postgrado.

Año: 2011

En el primer capítulo se enmarca el presente trabajo dentro del proyecto internacional de la cooperación alemana para la conservación de la biodiversidad del *Capsicum s.p.p.* En este capítulo se define brevemente el *Capsicum* nativo y se describen las variedades biológicas del mismo. En el segundo capítulo, se describe el país Perú y su entorno, detallándose y analizándose variables socioeconómicas y políticas, así como los organismos locales que afectan o se ven afectados por el

presente proyecto. A continuación, en el siguiente capítulo se describe la situación del Capsicum nativo en el país, desde su identificación hasta sus usos generales y específicos. Por otro lado, se describe la cadena de abastecimiento del Capsicum desde su producción hasta su comercialización en el consumidor final, incluyendo las empresas transformadoras del mismo en producto elaborados. Asimismo, sumando a esta cadena, se analiza brevemente el mercado internacional y las exportaciones. En el capítulo 4 se hace el análisis de mercado de las variables subutilizadas estudiando los usos específicos y los hábitos de consumo. Este capítulo encierra también un estudio cualitativo de entrevistas a profundidad, que junto con la información obtenida de fuentes de información secundaria, se usaron de base para investigar los atributos de valor para el consumidor y determinar las tendencias a futuro con la data histórica disponible y los factores de impacto en el agricultor. En siguiente capítulo, se hace el experimento de selección o “choice experiment” en base a la información obtenida en los capítulos anteriores. Se describe los objetivos, la metodología empleada para determinar la muestra y para el trabajo de campo, así como se proporciona los resultados obtenidos a través de estadística descriptiva y de la aplicación del modelo econométrico de Multinomial Logits para determinar la disposición marginal a pagar por los principales atributos de valor sobre el precio de un ají nativo conocido, cuyo resultado es extendible a las variedades subutilizadas. En este capítulo también se presentan las conclusiones obtenidas del análisis del estudio. En el capítulo final, se define las normas, características y disposiciones necesarias para la comercialización del Capsicum en el mercado nacional e internacional. Asimismo, se presenta un modelo explicativo del mercado peruano usando diagrama de forrester de simulación de sistemas, para comprender mejor la relación de las variables analizadas en los capítulos anteriores y su interacción en la creación de los escenarios futuros. Por

otro lado, se presenta un conciso análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).

2.1.2. Antecedentes internacionales

No se ha encontrado antecedentes internacionales sobre las variables de esta investigación

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Ají

“Nombre común: la palabra ají se usa para designar a los Capsicum de frutos picantes.

En el Perú a veces se usa para otros Capsicum, como por ejemplo cuando se dice ají páprika, que en realidad es un pimiento para páprika. Se incluye al rocoto como parte de la familia de los ajíes. Los nombres comunes pueden ser muy variados pero también pueden ser usados indistintamente para más de un tipo de fruto, incluso en la misma región.

Nombre científico: aquí se incluyen solamente las especies cultivadas del género Capsicum. No se mencionan las subdivisiones dentro de la especie. El estudio de la diversidad de los ajíes peruanos es una obra en construcción y su taxonomía no es sencilla, por lo que debe esperarse novedades en los próximos años producto de los trabajos botánicos y de

biología molecular (Programa de Hortalizas, UNALM. (2012). El puto de ají. (ed.). Lima (p.8).”

“Capsicum lo llaman, y el consenso indica que este nombre en latín describe la especie de cápsula que es el fruto, cuyo interior hueca alberga las semillas. Los Capsicum son todo un género de plantas cuyos frutos nos resultan muy familiares a los peruanos: ajíes alargados y redondos, rojos y verdes, rocotos grandes y pequeños. Capsicum es también el pimiento, pero a él no lo llamamos ají porque no pica.

En Botánica, un género se divide en distintas especies. Es importante saber esto, pues el Perú posee quizá la mayor cantidad de especies de Capsicum cultivados disponibles comercialmente.

*México es un país afamado por sus ajíes, pero su diversidad no es grande. En el Perú, en cambio, podemos asistir a espectáculos únicos, como encontrar ajíes de cuatro a cinco especies distintas vendiéndose en un mismo puesto de mercado. Ajíes cultivados, pero también silvestres, de los que crecen en la huerta y se recolectan de a pocos (**Obra colectiva de una plataforma de instituciones integrada por la Sociedad Peruana de Gastronomía, el Programa de Hortalizas de la Universidad Nacional Agraria La Molina, el Instituto Nacional de Innovación Agraria y el Instituto de Investigaciones en Hotelería y Turismo de la Universidad de San Martín de Porres; la obra contó con un subsidio del Ministerio de Agricultura y el apoyo de Promperú. Ajíes Peruanos, sazón para el mundo. (p.32).”***

El ají o también llamado Capsicum científicamente; es un fruto picante muy característico en el Perú; porque al mencionar la palabra ají, nos

remontamos a tiempos prehispánicos, por el uso de este ; y actualmente sigue siendo de gran importancia en nuestra gastronomía peruana.

Dentro de la gran variedades de ajíes que existen en el mundo, se puede decir que el Perú alberga una cantidad significativa de ajíes, que se caracterizan por su sabor distinto y único que aporta a la gastronomía peruana; a través de su intervención en los diferentes potajes que se preparan en el Perú.

El ají en el Perú se caracteriza por la gran variedad que existe, se puede encontrar ajíes de muchos colores, tamaños, formas; lo cual lo hace interesante y curioso para las personas. Además este se caracteriza por su sabor único que se plasma en cada ají, desde los dulces hasta los ajíes más picantes.

La gran variedad que se puede encontrar en los mercados de ajíes; aunque se tiene que resaltar que algunos ajíes son difíciles de encontrar en Lima, ya que existe poca demanda de este para su comercialización.

También es muy difícil tener una clasificación clara del ají, ya que recién se están haciendo investigaciones de las variedades de ajíes que existen en el Perú, ya que se puede encontrar ajíes comunes o silvestres que son los más difíciles de recolección y comercialización.

2.2.2. Historia del ají en el Perú

2.2.2.1. Ají milenario

“El ají mantiene un ardiente romance con los peruanos desde hace mucho. Diversas culturas preíncas lo utilizaron no solo en sus alimentos, sino también como emblema ícono de su arte y religión.

*Aunque se lo conoce con diversos nombres –ají, uchu, chile, pimiento–, lo cierto es que el género *Capsicum* (grupo de plantas al que pertenece este fruto y sus variedades) se originó en el Alto Perú, zona que incluye la cuenca del lago Titicaca y lo que hoy es Bolivia. En ello coinciden diversos paleobotánicos, científicos que estudian las plantas que vivieron en el pasado.*

Desde esta zona, y gracias a las corrientes de los ríos y a las aves migratorias, el ají empezó su recorrido, que lo llevaría a poblar y conquistar el resto de América del Sur y Central, y después el mundo entero.

- **Picante antiguo**

En el Perú, los restos arqueológicos más antiguos que comprueban su presencia se hallaron en la cueva Guitarrero, en la provincia de Yungay (Áncash). Estos se remontan a unos 8.000 años antes de nuestra era. Pero no son los únicos.

- **La dieta del litoral**

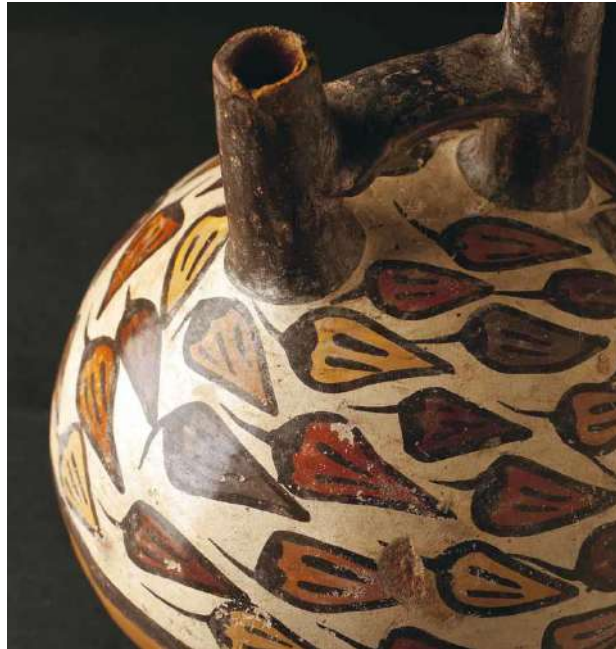
*Hay más pruebas arqueológicas que demuestran su uso en el antiguo Perú. Por ejemplo, las tumbas estudiadas en el complejo arqueológico Huaca Prieta (2500 a. C.), en el valle de Chicama (La Libertad). Allí, luego de sesudas investigaciones y análisis de restos del aparato digestivo de un agricultor, se encontró que un componente muy importante de su dieta era el ají, además de caracoles marinos, uñas de cangrejo y conchas de erizo. También están los hallazgos de chacras hundidas en Guañape, litoral del valle de Virú, pertenecientes a la cultura salinar (400 a. C.-100 a. C.). En estos campos se encontraron cultivos de ají mochero, entre otros alimentos como zapallos, frijoles y maíz.***(Obra colectiva de una plataforma de instituciones integrada por la Sociedad Peruana de Gastronomía, el Programa de Hortalizas de la Universidad Nacional Agraria La Molina, el Instituto Nacional de Innovación Agraria y el Instituto de Investigaciones en Hotelería y Turismo de la Universidad de San Martín de Porres; la obra contó con un subsidio del Ministerio de Agricultura y el apoyo de Promperú. *Ajés Peruanos, sazón para el mundo.* (p.15).”**

El ají ha existido desde épocas antiguas en el Perú; se encontró evidencias en la cueva Guitarrero en la provincia de Yungay (Ancash); además existen pruebas que se consumía el ají en las épocas pre incas, ya que se encontró evidencias en las culturas : Chavín, Nazca, Moche, y en la cultura Salinar.

Además desde esas épocas se consumía el ají , y también se debe resaltar que era un producto muy importante en su dieta de los antiguos peruanos , ya que se encontraron evidencias en el aparato digestivo de un antiguo peruano, sino también estos antiguos peruanos lo representaban en sus cerámicas.

Figura N° 1

Ajíes Peruanos, sazón para el mundo



Colorida representación de ajíes en la cerámica de la cultura Nazca.

2.2.2.2. El ají en el tiempo

“Desde las primeras evidencias de su uso en la cueva Guitarrero hasta su presencia en los rituales funerarios de la cultura ichma, este fruto tiene una larga y picante historia.

El ají no solo ha sido el señor de los condimentos desde tiempos remotos, sino que también trascendió a una dimensión mágico-religiosa. En el sitio arqueológico de La Galgada (2500 a. C.), en Áncash, se ha descubierto que se utilizaba en ceremonias religiosas y se quemaba en hogueras como ofrenda a los dioses.

- **Mitológico y simbólico**

Seres mitológicos como serpientes dentadas que llevan ajíes en sus bocas y divinidades que los sostienen entre sus manos también han sido retratados en ceramios y textiles de las culturas nasca (200 a. C.-500) y paracas (500

a. C.-200 a. C.). Se afirma que el ají es uno de los frutos más dibujados en la cerámica nasquense. También aparece representado en una compleja pieza escultórica recargada de símbolos sagrados como el obelisco Tello, de la cultura chavín.

Como veremos, esa huella mística seguirá acompañando cual sello indeleble a este alimento en el transcurso de la historia peruana.

- **18000 a. C.:** Se origina el género *Capsicum*, probablemente en el sur del Perú o Bolivia.
- **10000 a. C.:** Los primeros humanos llegan a los Andes centrales. Se cree que consumían ají silvestre.
- **8600 a. C.-8000 a. C.:** Se consumen parientes del ají en Guitarrero (Áncash) y Pachamachay (Junín).
- **8000 a. C.:** Se domestica el ají. Es una de las primeras plantas domesticadas en América del Sur.
- **3000 a. C.:** Es utilizado como condimento en Caral, la civilización más antigua de América. Conocieron varios tipos de ají, entre ellos limo, rocoto y panca.
- **2500 a. C.:** Se consume en Huaca Prieta (La Libertad). En La Galgada (Áncash) se utiliza para hacer ofrendas a los dioses.

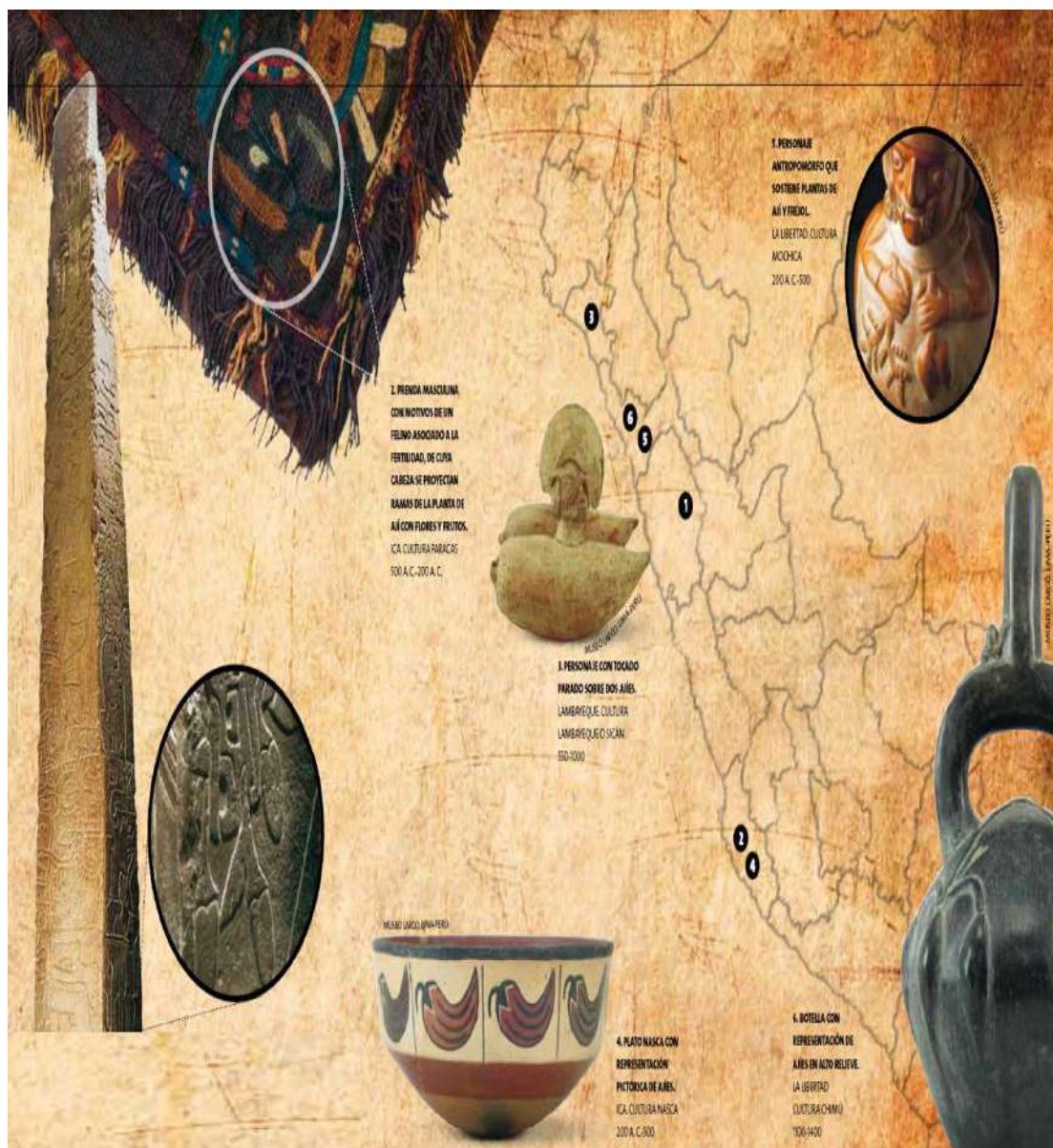
- **500 a. C.-200 a. C. Horizonte temprano:** Es motivo recurrente en los mantos funerarios paracas, y es tallado en el obelisco Tello, de la cultura chavín.
- **200 a. C.-500 Intermedio temprano:** Se consume ají en las culturas mochica y nasca. La cultura salinar (La Libertad) cultiva el ají mochoero.
- **200a. C.-500 Intermedio tardío:** En un entierro de la cultura ichma (valle del Rímac, Lima) se le coloca a la momia una cobertura de algodón rellena con miles de semillas de ají. **(Obra colectiva de una plataforma de instituciones integrada por la Sociedad Peruana de Gastronomía, el Programa de Hortalizas de la Universidad Nacional Agraria La Molina, el Instituto Nacional de Innovación Agraria y el Instituto de Investigaciones en Hotelería y Turismo de la Universidad de San Martín de Porres; la obra contó con un subsidio del Ministerio de Agricultura y el apoyo de Promperú. *Ajjes Peruanos, sazón para el mundo.* (pp.16-17).”**

El ají en tiempos antiguos se ha demostrado que se consumía diferentes variedades de ajíes, sino también que en diferentes culturas preincas se han encontrado evidencias arqueológicas en las cerámicas e inclusive en entierros funerarios de la cultura Lima.

Este producto alimentario, los antiguos peruanos no lo utilizaban solo para su consumo, sino que lo utilizabas para rituales religiosos, ofrendas a los dioses. Una gran demostración que el ají era importante en la vida de los antiguos peruanos ya que se observa una manifestación en el obelisco Tello de la cultura Chavín , ya que se encuentra grabado el ají en este símbolo característico de la cultura Chavín.

Figura N° 2

Ajies Peruanos, sazón para el mundo



Vestigios más resaltantes del ají en las culturas preincas del Perú

2.2.2.3. El ají de los incas

“Historia de un insumo que estuvo presente desde la génesis del imperio y fue celebrado en sus relatos. Esclavos, incas y guerreros, todos sucumbieron a sus encantos.

¿Quién no conoce el mito de los hermanos Ayar? Cuatro hombres sobrenaturales cuya historia explica de manera simbólica el surgimiento del imperio inca. Pero lo que pocos saben es que el ají también está presente en este relato.

Según el mito, Ayar Manco, Ayar Cachi, Ayar Uchu y Ayar Auca, acompañados de sus cuatro hermanas, salieron de una cueva llamada Pacaritambo y emprendieron un peregrinaje de varios años con el fin de encontrar tierra fértil en la cual establecerse. Al final, solo Ayar Manco y las cuatro hermanas lograron llegar hasta el Cusco, donde fundaron el imperio inca.

- **Mito picante**

¿Y dónde está el ají?, dirá usted. En el nombre de uno de los hermanos, porque uchú significa ‘ají’ en quechua. Ayar Uchu, por tanto, representaba a este producto. Pero eso no es todo: el nombre de Ayar Cachi significa ‘sal’ en quechua. Y no es coincidencia que ambos productos hayan sido representados como “hermanos”. La sal y el ají, el mundo mineral y el mundo vegetal, fueron en el Tahuantinsuyo elementos que se complementaban.

En la historia de la fundación del imperio, ayar uchu termina convertido en piedra, en una huaca o centro de adoración. así, el ají se convierte en ídolo y perpetúa su carácter divino.

*Más aún, entre los incas existía una costumbre llamada llakhuay, que consistía en comer ají con sal y luego beber un sorbo de chicha de jora. Un ejemplo más del sitial de esta planta en el poderoso imperio. (Obra colectiva de una plataforma de instituciones integrada por la Sociedad Peruana de Gastronomía, el Programa de Hortalizas de la Universidad Nacional Agraria La Molina, el Instituto Nacional de Innovación Agraria y el Instituto de Investigaciones en Hotelería y Turismo de la Universidad de San Martín de Porres; la obra contó con un subsidio del Ministerio de Agricultura y el apoyo de Promperú. *Ajés Peruanos, sazón para el mundo.* (p.18).”*

El ají se encuentra muy presente en la época inca, desde el inicio de imperio del Tahuantinsuyo; un ejemplo claro de la importancia del ají, es que hace presencia en la leyenda de los hermanos Ayar; y así el ají viene a tener carácter divino para el imperio inca.

Además con el ají se celebraba costumbres, lo cual hacía ver la importancia de este producto para el imperio del Tahuantinsuyo.

2.2.2.4. En la Colonia

“Con la llegada de los españoles, el ají se incorporó a algunas preparaciones coloniales y surgieron nuevos platillos mestizos. A una sencilla salsa como el chupi, que se elaboraba con sal y ají, y que se servía luego de los ayunos rituales incas, se añadieron papa, queso, huevo, verduras, carnes o pescados, y así nacieron los chupes, que hasta hoy se comen en todo el país.

También se incorporó ají (y papa) a la olla podrida, una suerte de sancochado y guiso hervido. Y algo parecido sucedió con el cebiche, cuyos orígenes pueden rastrearse en la cocina prehispánica, cuando se sazonaban pescados tiernos con ají. En la Colonia, se incorporaron insumos particulares del Viejo Mundo como la cebolla y el limón. Nació así el cebiche como lo conocemos hoy.

2.2.2.5. El ají del futuro

Desde la cocina prehispánica, pasando por la colonial, hasta los nuevos sabores y técnicas que la gastronomía peruana recibió gustosa de las distintas migraciones de japoneses, africanos, italianos y chinos, ocurridas a partir del siglo XVII, el ají ha sido un denominador común en la culinaria peruana.

Ahí está, por ejemplo, el lomo saltado, un platillo criollo-chino que recibió como herencia de la gastronomía oriental las técnicas de corte de carnes y verduras, en el que el ají se fusiona armoniosamente.

*Hoy en día casi no existen recetas de comida en el Perú en las que el ají no esté presente. Sin la presencia brillante del ají, una causa limeña sería un simple puré de papa. Se trata de un ingrediente que concede identidad a la gastronomía peruana, como el wasabi y el miso a la cocina japonesa, el aceite de oliva y la albahaca a la cocina italiana, y el curry a la cocina tailandesa. No falta mucho para el día en que los ajíes y rocotos peruanos escriban nuevas recetas picantes por el mundo y se cuelen en mesas y mentes de comensales globales **(Obra colectiva de una plataforma de instituciones integrada por la Sociedad Peruana***

de Gastronomía, el Programa de Hortalizas de la Universidad Nacional Agraria La Molina, el Instituto Nacional de Innovación Agraria y el Instituto de Investigaciones en Hotelería y Turismo de la Universidad de San Martín de Porres; la obra contó con un subsidio del Ministerio de Agricultura y el apoyo de Promperú. *Ajies Peruanos, sazón para el mundo. (Pp.76-78).*”

En la época colonial se siguió utilizando en el ají y mezclándose con los insumos que trajeron los Españoles al Perú; así se fueron creando más platos; haciendo cada vez que el ají sea el insumo estrella de nuestra gastronomía; porque hablar de preparación de platos en el Perú es hablar de su ingrediente principal de explosión de sabores que es el ají, que le da el toque especial a la gastronomía Peruana.

También el ají ha contribuido mucho en la creación de nuevos platos, combinando la gastronomía nacional con la extranjera; el más claro ejemplo de este es el lomo saltado, que combinaron los cortes característicos de un platillo chino con el sabor resaltante del ají; que hizo un plato único y delicioso e inconfundible para cada peruano.

El ají es el ingrediente principal de la gastronomía Peruana porque al hablar de un platillo Peruano, no se puede dejar de mencionar a este, ya que el ají está ligado a lo largo de los años con la gastronomía peruana.

2.2.3. Las regiones del ají

2.2.3.1. Costa

A) Costa Norte

“Desde el imbatible ají de bola criollo de Piura, pasando por el ají cerezo lambayecano hasta el aromático ají arnaucho del Norte Chico, el picante destaca en los platillos típicos de esta región, cuyo rey es el ají limo.

Cuando se habla de ajíes en la costa norte del país, la cosa es clara: el rey es el ají limo. Picante, aromático y de carne suave, se utiliza crudo como insumo obligatorio de cebiches y tiraditos, comidas que, por cierto, se degustan religiosamente acompañadas con urgidos sorbos de cerveza. Ají limo para el cebiche y cebiche con cerveza representan hoy en día un maridaje institucionalizado en esta región.

Cada cocina regional tiene sus ajíes característicos. Y la gastronomía de la costa norte cuenta con un abanico bastante surtido de ellos.

Así, mientras los piuranos aclaman su ají criollo de bola en platillos como el cebiche, el seco de chabelo y el sudado, los lambayecanos disfrutan de su ají cerezo entre bocado y bocado. Este, a diferencia de otros ajíes, no se utiliza en la cocina, sino exclusivamente como acompañamiento.

Siempre crudo, perfuma y acompaña platos típicos como la tortilla de raya, el arroz con pato y el chinguirito.

En La Libertad, en tanto, tampoco se quedan atrás. Su capital, Trujillo, también tiene su ají. Es tierra del llamado ají mocherito, de aromas cítricos.

Finamente picado, es madre y padre del cebiche a la trujillana y de la clásica salsa criolla, indispensable para degustar platos tradicionales como la cecina de lomo.

- **El Norte Chico**

En las provincias del norte del departamento de Lima, como Barranca, Huaura y Huaral, son muy populares el ají arnaucho –que tiene la forma de un pequeño pimiento y colores amarillo o rojo–, y el arnauchito, de menor tamaño y de un color que oscila entre el morado y el amarillo pálido, cuyos sabores particulares encienden los cebiches de la región.

Asimismo, en esta zona está presente el ají escabeche, también conocido como ají amarillo, que se consume democráticamente en todo el Perú y que aquí es insumo indispensable en platillos como el cebiche de pato y los camarones a la piedra.

Otras variedades de ají –como el panca, de sutil sabor ahumado– se lucen en platillos representativos como el pato a la huaralina, los tamales de Supe y la parihuela huachana.

En conjunto, todos ellos representan un verdadero universo en expansión de ajíes aguerridos y fragantes sobre el mantel norteño.

B) La Costa Central y Sur

Entre las distintas variedades de ajíes que se utilizan en la costa central destacan el picante del ají panca y del ají mirasol, mientras que más al sur, en la volcánica Arequipa, reina el rocoto.

Hay variedad de ajíes afamados en las cocinas de la costa central, como el mirasol, que es la versión seca del ají amarillo, presente en platillos tradicionales como el ají de gallina y el picante de mariscos. Para consumirlo, se retiran las venas y las pepas; en algunas ocasiones, se tuesta, se hidrata en agua caliente y se licúa con aceite hasta obtener una consistencia pastosa. Esta suele añadirse en la preparación de los guisos para concederles un sabor ahumado que apacigüe ligeramente el picante.

- **Clásicos sureños**

En Arequipa, el ají mirasol también es empleado en la preparación de salsas como la infaltable ocopa, y en platillos como el ají de camarones.

Aunque, indudablemente, el gran ají de Arequipa es el rocoto. Muy picante y de pepas negras, se consume crudo en ensaladas o previamente hervido y horneado en el típico rocoto relleno, que se prepara con una variedad original de los Andes, cultivada hoy en día ampliamente en los valles de Oxapampa y Villarrica.

*Más al sur, en Moquegua, es el turno del ají panca, el cual se consagra en caldos y chupes sustanciosos como la parihuela y el chupe de pejesapo, y en guisos como el sudado de machas y el picante de cuy. Este ají también suele añadirse en comidas emblemáticas del sur como el picante a la tacneña, un guiso de vísceras de res al que se le agregan charqui y papas. **(Obra colectiva de una plataforma de instituciones integrada por la Sociedad Peruana de Gastronomía, el Programa de Hortalizas de la Universidad Nacional Agraria La Molina, el Instituto Nacional de Innovación Agraria y el Instituto de Investigaciones en***

Hotelería y Turismo de la Universidad de San Martín de Porres; la obra contó con un subsidio del Ministerio de Agricultura y el apoyo de Promperú. *Ajíes Peruanos, sazón para el mundo.* (pp.78 - 80)). ”

En la parte costa del Perú existen variedades de ajíes que son utilizados para diferentes platos típicos. Cada departamento de esta región tiene ajíes símbolos, como por ejemplo en La Libertad el ají símbolo es el ají mochero.

Cada variedad de ají es utilizado en diferentes formas de preparación como para un exquisito ceviche, arroz con pato, ceviche de pollo, picante de mariscos, parihuelas, arroz con mariscos, ají de gallina; entre otros platos típicos de la región de la Costa.

Se tiene que resaltar que existen innumerables variedades de ajíes en el Perú, y que solo en esta región encontramos una gran variedad; que son un gran aporte para la gastronomía peruana, ya que sin este insumo no se daría lugar a los platos tradicionales de cada departamento de la Costa.

Además de existir una gran variedad de ajíes, se debe mencionar que cada variedad es única en nuestra gastronomía, ya que tienen diferentes grados de picos, diferentes aromas y gustos que aportan a nuestros platos típicos.

TABLA N° 5

Ajíes costeños de producción intensiva

Punto de ají

escabeche

7



Nombres comunes: escabeche, amarillo (fresco); mirasol (seco)

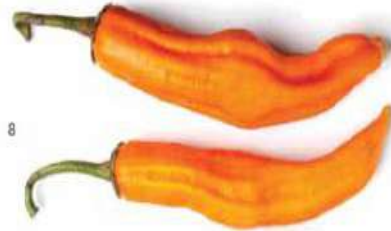
Nombre científico: *C. baccatum*

Regiones: Costa, principalmente de Lambayeque a Tacna

Diversidad: Media

Observaciones: Anaranjado fuerte. El ají más usado en el Perú, el de mayor extensión sembrada y conexión con la agroindustria. Cuando está seco recibe el nombre de mirasol.

pacae



8

Nombre común: pacae

Nombre científico: *C. baccatum*

Regiones: Arequipa, Moquegua, Tacna

Diversidad: Baja

Observaciones: Anaranjado. Un tipo especial de escabeche con frutos muy largos. Sembrado en la costa sur, domina los mercados del sur del Perú.

panca

9a



9b



panca rojo

Nombres comunes: panca, especial, negro, rojo

Nombre científico: *C. chinense*

Regiones: Costa, principalmente central y sur

Diversidad: Baja

Observaciones: Color sangre o casi negro, es el principal ají deshidratado del Perú, con un sistema de cultivo similar al del escabeche.

Ajíes de producción masiva en la región de la Costa.

TABLA N° 6

Ajtes de la Costa Norte

cerezos



cerazo redondo



cerazo triangular

Nombre común: cerezos
Nombre científico: *C. annuum*
Regiones: Lambayeque
Diversidad: Baja
Observaciones: Rojo intenso. Pueden ser redondos o cónicos (triangulares).

cacho de cabra



Nombres comunes: cacho de cabra, uña de gavián, cuerno de venado, uña de pava
Nombre científico: *C. baccatum*
Regiones: Lambayeque
Diversidad: Baja
Observaciones: Rojo. Alargado y puntiagudo, es común entre pequeños agricultores de la región. Parece estar presente en otras regiones con otros nombres.

verde



Nombres comunes: verde, largo
Nombre científico: *C. baccatum*
Regiones: Tumbes y Piura
Diversidad: Baja
Observaciones: Verde suave. Largo o muy largo, es el aji más común en los mercados de estas regiones norteñas.

limo



Nombres comunes: limos (paringo, miscucho, bola, picante, etc.)
Nombre científico: *C. chinense*
Regiones: Costa norte
Diversidad: Muy alta
Observaciones: Blanco, verde, morado, amarillo, anaranjado, rojo. Protagonista principal de la cocina del norte, es el aji más variado del Perú. No existe uno sino muchos limos.



mochero

Nombre común: mochero
Nombre científico: *C. chinense*
Regiones: La Libertad
Diversidad: Baja
Observaciones: Amarillo intenso. De planta pequeña y muy productiva. Casi exclusivo de La Libertad.

arnaicho

Nombre común: arnaicho
Nombre científico: *C. chinense*
Regiones: Norte chico
Diversidad: Media
Observaciones: Verde, morado, rojo. Probablemente un tipo de limo, es el ají fresco preferido en las provincias costeras del norte de Lima.

Ajés de la región Costa Norte

2.2.3.2. Sierra

“Desde Cajamarca hasta Puno, el ají destaca en infinidad de platillos tradicionales. Mención especial merecen el ají amarillo, consagrado en la salsa huancaína; el ají panca, utilizado en sabrosos guisos; y el rocoto, acompañante ineludible de sopas y caldos andinos.

El rocoto es típico de la gastronomía arequipeña, pero en el resto de departamentos andinos también ha adquirido una especial difusión como acompañante inseparable de sopas y caldos.

Por tradición, sobre las mesas nunca faltan rodajas crudas de este ají para que sus ávidos devotos puedan añadirlas al gusto al plato o llevárselas directamente a la boca si buscan sensaciones fuertes. Se

dice que si una sustanciosa patasca –típica de departamentos de la zona altoandina, como Puno– no está acompañada por rocoto, no es patasca.

- ***Pero ahí no queda la cosa.***

El rocoto potencia los sabores de sopas y caldos, pero es ingrediente indispensable de platillos y salsas que se desnaturalizan si este falta. Ahí está, por ejemplo, la ensalada de rocotos rojos: picados en cubos pequeños, sin pepas ni venas, acompañados por tomates y queso desmenuzado, y sazonados con abundante jugo de limón y un poco de sal, lucen su ardiente esplendor casi al natural.

- ***En la variedad está el gusto***

Puede ser panca, mirasol, amarillo o algún otro: en muchas cocinas de la sierra la cuestión está más pareja, y se utilizan y combinan con gusto distintos tipos de ajíes. Todo depende del platillo en cuestión.

En Huancayo, por ejemplo, el ají panca soasado y molido es el favorito para la patita con maní; mientras que el ají amarillo, molido en los tradicionales batanes, es el elegido para la papa a la huancaína.

En el valle del Mantaro también se usa el amarillo en el japchi, la salsa clásica que acompaña la pachamanca, y en verdaderos manjares como la trucha a la parrilla.




En cambio, si se trata de un plato como el patache –un caldo combinaciones que combina granos nutritivos, chuño y carnes, de consumo generalizado en Huancayo, Ayacucho y Huancavelica– el ají seleccionado es uno del que muchos no han oído: un ají verde seco

llamado canca. (Obra colectiva de una plataforma de instituciones integrada por la Sociedad Peruana de Gastronomía, el Programa de Hortalizas de la Universidad Nacional Agraria La Molina, el Instituto Nacional de Innovación Agraria y el Instituto de Investigaciones en Hotelería y Turismo de la Universidad de San Martín de Porres; la obra contó con un subsidio del Ministerio de Agricultura y el apoyo de Promperú. Ajíes Peruanos, sazón para el mundo. (pp.82 - 83)). ”

Los ajíes que existen en la sierra son muy utilizado por los pobladores de ese lugar, para realizar diferentes platos típicos de la región; un ejemplo claro es la utilización del rocoto para diversas preparaciones como el rocoto relleno; además en la sierra se utiliza diferentes tipos de ajíes de otros lugares para emplearlos en la gastronomía peruana como para la papa a la huancaína, guisos, etcétera.

TABLA N° 7

Punto de ají

Ajíes andinos	
<p>rocoto</p> <p>16a</p> 	<p>Nombre común: rocoto Nombre científico: C. pubescens Regiones: Andes bajos y de altitud media Diversidad: Media Observaciones: Rojos, amarillos, anaranjados. Grandes y carnosos en los mercados, más pequeños y picantes en valles abrigados y huertas de la sierra sur.</p>
<p>rocoto de huerta</p> <p>17</p> 	<p>Nombre común: rocoto de huerta Nombre científico: C. pubescens Regiones: Quebradas y huertas abrigadas, principalmente en la sierra sur Diversidad: Media Observaciones: Rojos, amarillos, anaranjados, verdes. Pequeños y muy picantes y aromáticos, abundan como plantas perennes en huertas. Un mundo por descubrir.</p>
<p>rocoto de la selva central</p> <p>18</p> 	<p>Nombre común: rocoto de la selva central Nombre científico: C. pubescens Regiones: Selva central de altura Diversidad: Baja Observaciones: El gran ají de los Andes también se ha adaptado a la producción comercial en Oxapampa, de donde viajan a Arequipa para coronarse en un rocoto relleno.</p>

Ajíes de la región Sierra

2.2.3.3. Selva

“Entre las distintas variedades de ají de nuestra Amazonía, reina el charapita, inexcusable en platillos como la patarashca y salsas como el ají de cocona.

El ají charapita, de tamaño pequeño pero muy picante, se degusta encurtido junto con manjares típicos y exóticos de la selva como la patarashca y los juanes. Además, se emplea para sazonar pescados de río como el paiche y como insumo indispensable de los cebiches locales. Está presente hasta en la más famosa y consumida de las salsas selváticas: el ají de cocona, que suele acompañar desde unas buenas yucas hasta caldos tradicionales de la región como el inchicapi.

- **Reino compartido**

Pero este ají no está solo en la cocina de la Amazonía. También es muy cotizado el ají dulce, que no pica pero tiene gran sabor. Este se consume soasado en guisos de frijol, picadillos de paiche y chupes de majaz. Cortado en tiras, crudo, es un acompañamiento típico de las ensaladas.

También es conocido el llamado ají pipí de mono, que recibe ese nombre debido a su forma alargada y a su tamaño minúsculo, a pesar de lo cual se encuentra entre los más picantes del Perú y se saborea en platos tradicionales como la cecina (carne seca de cerdo).

*Otros ajíes de la región son muy aromáticos y picantes, como el ayuclo, en sus versiones roja y blanca, y el pucuna, de color amarillo y forma alargada. **(Obra colectiva de una plataforma de instituciones integrada por la Sociedad Peruana de Gastronomía, el Programa de Hortalizas de la Universidad Nacional Agraria La Molina, el Instituto***






Nacional de Innovación Agraria y el Instituto de Investigaciones en Hotelería y Turismo de la Universidad de San Martín de Porres; la obra contó con un subsidio del Ministerio de Agricultura y el apoyo de Promperú. *Ajíes Peruanos, sazón para el mundo.* (p. 84). ”

Los ajíes de la selva tienen como característica su sabor picante, además de su tamaño pequeño que los hacen singulares entre los ajíes. Y también aportan a la gastronomía selvática el aroma y sabor característicos de sus platillos tradicionales.

A parte de los ajíes característicos de la Selva que son muy picantes, también existe un ají dulce que no pica pero tiene un agradable sabor.

TABLA N° 8

Punto de ají

Ajíes amazónicos	
<p>ayuyo</p> 	<p>Nombres comunes: ayuyo, ayuello Nombre científico: <i>C. baccatum</i> Regiones: Amazonia, mayormente Ucayali y San Martín Diversidad: Media Observaciones: Blanco, morado, rojo. Redondeados y pequeños, son muy comunes en los huertos familiares de la selva central.</p>
<p>challuaruro</p> 	<p>Nombres comunes: challuaruro, chalguaruro Nombre científico: <i>C. baccatum</i> Regiones: Amazonia Diversidad: Media Observaciones: Blanco, morado, rojo. Planta cocosa con frutos argudados, alargados y muy vistosos.</p>
<p>charapita</p> 	<p>Nombres comunes: charapitas y charapones Nombre científico: <i>C. chinense</i> Regiones: Amazonia Diversidad: Alta Observaciones: Amarillos, a veces rojos, muy pequeños, redondos o ligeramente alargados. Es el principal ají amazónico.</p>
<p>dulce</p> 	<p>Nombre común: dulce Nombre científico: <i>C. chinense</i> Regiones: Amazonia, con mayor frecuencia en tierras bajas Diversidad: Alta Observaciones: Rojo, amarillo. Como pimiento pequeños, muy aromáticos. El ají dulce es la excepción a la regla de que todo ají debe picar.</p>
<p>pucunucho</p> 	<p>Nombre común: pucunucho Nombre científico: <i>C. chinense</i> Regiones: Amazonia Diversidad: Baja Observaciones: Rojo, normalmente pequeño, delgado y alargado. Muy común en los países de la Amazonia norte. Típica planta del huerto casero amazónico.</p>

malagueta



Nombres comunes: malagueta (a veces pipí de mono)
Nombre científico: *C. frutescens*
Regiones: Amazonía
Diversidad: Baja
Observaciones: Rojo, normalmente pequeño, delgado y alargado. Muy común en los países de la Amazonía norte. Típica planta del huerto casero amazónico.

Ajíes de la región de la Selva

TABLA N° 9

Otros Ajíes

pipí de mono



Nombres comunes: pipí de mono (pincho o pinguita de mono)
Nombre científico: *C. annuum*
Regiones: Costa y Amazonía
Diversidad: Baja
Observaciones: Rojo, muy pequeño. La naturaleza de los pipí de mono no es clara ya que este nombre se le da a diversos ajíes. Quizá el más cosmopolita de los ajíes de huerto, siempre buscado por las aves.

Punto de ají

Y muchos más: amarillo, blanco, bombuchu, cebichero, chico, chuncho, colorado, común, criollo, de cocina, de comer, de jardín, de la selva, de mesa, de montaña, de suegra, del valle, glabito, largo, limón, matichu, motelito, ojo de pescado, pillis, regional, rojo, serrano, shiushin, trompito, trueno, warmilucho, etc.

Otras variedades de ajíes de la Selva

FIGURA N° 3



Mapa de las regiones del ají

Ajíes Peruanos, sazón para el mundo

FIGURA N° 4

Guía de oportunidades de mercado para los ajíes nativos del Perú con base en datos de Sociedad Peruana de Gastronomía et al. (2009).



Ajíes nativos cultivados en los diferentes departamentos en Perú

2.2.4. Variedades de ajíes en el Perú

“He aquí los Capsicum que todos los peruanos conocemos y amamos. Presencia infaltable en nuestros aderezos y preparaciones más representativas, son un patrimonio que debemos cuidar.

A). Ají limo

Capsicum chinense

Se trata de un grupo muy variable cuyos frutos, de menor tamaño que los del ají amarillo, adoptan formas esféricas, alargadas o redondeadas, a veces caprichosas.

Muy aromático, de picor pronunciado y agradable.

Colores: rojo, amarillo, verde, blanco y morado.

B). Ají panca

Capsicum chinense

A pesar del nombre científico de esta especie –a alguien se le ocurrió que venía de la China–, su origen es sudamericano. Es el gran ají seco del Perú: de hecho, su consumo fresco es mínimo. Una vez maduro, su color va del rojo oscuro al achocolatado. Es de los menos picantes pero más intensos en color.

C). Ají mirasol

Capsicum baccatum var. pendulum

Así llamamos al ají amarillo que ha sido deshidratado “mirando al sol”, al aire libre. Secar el ají permite conservarlo por varios meses, logrando que concentre su gusto y color. Es habitual soasarlo para que el sabor aflore.

D). Rocoto

Capsicum pubescens

Es el ají más picante de este grupo, y el único con semillas negras. Los frutos son por lo general rojos, aunque también pueden ser, ya maduros, anaranjados, amarillos o verdes. En el Perú se suelen hallar dos clases de rocoto: el serrano o de huerta, y el de la selva central, más grande. Con este último se prepara el rocoto relleno.

He aquí una pequeña pero rotunda muestra de ajíes cuyo gobierno en nuestro país es –por ahora– regional. A descubrirlos. A desfallecer con ellos, gustosamente.

E). Ají cerezo

Pequeño, redondo y rojísimo, resulta claro el porqué de su apelativo. Es un ají típico de Lambayeque que suele comerse crudo o perfumar las comidas incorporándose, por lo general, en las últimas etapas de la preparación.

F). Ají mochero

Es un tipo de ají limo específico de La Libertad. Su color es amarillo y, gracias a un trabajo antiquísimo de selección de semillas, da frutos muy homogéneos entre sí.

G). Ají pacaé

Es un tipo de ají amarillo que encontramos en el sur del país. Sin embargo, es bastante más largo –puede alcanzar los 25 cm– y presenta surcos en la superficie, que lo asemejan a un pacaé

H). Ají cacho de cabra

Sus propiedades son muy similares a las del ají cerezo. En los mercados lambayecanos se comercializa en colores verde y rojo, y puede encontrárselo también bajo la denominación, menos popular entre los compradores varones, de cacho de venado.

I). Ají pipí de mono

Este nombre, y sus traviesas variaciones, es usado en varios países de América para referirse a ajíes distintos entre sí. En el Perú llamamos así a un ají diminuto que simplemente se coge de las huertas. Es sumamente picante.

J). Ají arnaucho

Pequeño como un trompo o ligeramente alargado, es un ají típico del Norte Chico de Lima (Barranca, Huacho, Supe, Casma). Probablemente sea un pariente cercano del ají limo.

K). Ají ayucillo

Muy común en San Martín y Ucayali, este ají se usa para preparar los juanes. De color claro, con ocasionales tintes morados, podría ser un pariente cercano del ají amarillo.

L). Ají charapita

Probable pariente del pipí de mono es el ají más extendido en nuestra Amazonía y también uno de los más picantes. Ha sido el primer ají de la selva peruana en llegar al mercado internacional.

M). Ají dulce

He aquí una curiosidad: aunque en Loreto, Madre de Dios y San Martín se llama ají dulce a este fruto, en realidad debería considerársele un pimiento, pues no ofrece picor alguno. El uso extendido de su nombre, sin embargo, lo hace aparecer en este grupo.

*Conocemos muy poco sobre la diversidad de nuestros ajíes. Necesitamos un mapa de las variedades que hay en cada región del país, y saber si existen duplicados: si una misma variedad recibe nombres diferentes, por ejemplo, o si el mismo nombre se aplica a variedades genéticamente distintas. Aunque la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM), el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) e instituciones regionales han hecho avances, falta un trabajo sistemático y coordinado (**Obra colectiva de una plataforma de instituciones integrada por la Sociedad Peruana de Gastronomía, el Programa de Hortalizas de la Universidad Nacional Agraria La Molina, el Instituto Nacional de Innovación Agraria y el Instituto de Investigaciones en Hotelería y Turismo de la Universidad de San Martín de Porres; la obra contó con un subsidio del Ministerio de Agricultura y el apoyo de Promperú. Ajíes Peruanos, sazón para el mundo. (pp.36-39)**).”*




En el Perú existe una gran variedad de ajíes que son indudablemente utilizados para la gastronomía, lo cual hace q este tenga un valor significativo en la gastronomía, ya que sin este producto la mayoría de comidas o platos representativo peruanos, por no decir la totalidad de gastronomía peruana necesita de este para subsistir y hacer su explosión de sabores para el deleite del paladar, y el tan conocido sabor de este en nuestros platos.

Las variedades más conocidas por las personas son el ají limo, ají panca, ají mirasol y el tan renombrado rocoto. Estas variedades son muy utilizadas en nuestra gastronomía, ya que estos en su mayoría forman parte de la esencia de un plato, que vendría hacer el aderezo que le da el toque especial a los platos, con esa explosión de sabores que se da en nuestro paladar al probar por ejemplo un rico arroz con pato hasta un ceviche.

Pero también podemos encontrar otras variedades de ajíes que no son muy conocidas como el ají cerezo, ají paca, ají mochero, ají cacho de cabra, ají arnauco, ají pipi de mono, ají ayucillo, ají charapita, ají dulce, entre otros. Por el hecho que estos ajíes no sean tan conocidos o populares, no quiere decir que sean desagradables o no piquen, al contrario la mayoría de estos ajíes tienen un picor alto, pero sin dejar de lado su sabor y aroma muy diferente que cada uno tiene y lo hace único. Es muy lamentable que el Perú teniendo esta amplia variedad de ajíes no lo sepa explotar a su totalidad y no dar a conocer a las personas, ya que estas variedades sino se dan a conocer se pueden ir perdiendo a través del tiempo.



Actualmente la Universidad Nacional Agraria de la Molina , con el apoyo de APEGA y el Ministerio de Agricultura, están haciendo investigaciones de las variedades de ajies que existen en el Perú, pero aún falta mucho por investigar y dar a conocer , ya que si se habla de aji tendríamos que hablar de una ruta del aji, ya que este se encuentra en todo nuestro territorio, en todo clima, desde el clima costeño , el de la selva con fatigante sol, y el de la sierra con su frio inclemente.

TABLA N° 10

Aji cerezo		Especie: <i>Capsicum annum</i> L.					
<p>Código Nacional: PER017635 Sitio de colecta: Lambayeque</p>							
 		<p>Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Erecta Rendimiento: 0.32 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg</p>		<p>Usos actuales Platos típicos: Espesado, sudado, apatadito, arroz con palo, chinguirito, cabrito con frijoles, causa ferreñafana, sopa de chomos, pepián de pavita, chirimpiço</p>			
<p>Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo oscuro Forma del fruto: Casi redondo Longitud del fruto: 2.1 cm Diámetro del fruto: 2.2 cm Peso del fruto: 5.5 g</p>		<p>Productos potenciales según experto Deshidratado, salsas, encurtidos</p>					
<p>Características bioquímicas notables Contenido moderado de capsaicinoides; contenido alto de vitamina E</p>							
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	294.8	29.6	3.7	7.7	5.4	nd	14.2
Huaral	253.8	nd	3.9	7.5	6.4	11.3	11.5
Tambo Grande	230.1	22.2	3.6	5.4	3.8	nd	12.0
Pucallpa	122.7	26.8	2.9	2.3	2.3	nd	11.6
Promedio	225.4	26.2	3.5	5.7	4.5	11.3	12.3
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1



Datos del ají cerezo

TABLA N° 11

Aji cerezo		Especie: <i>Capsicum annum</i> L.					
<p>Código Nacional: PER017633 Sitio de colecta: Lambayeque</p>							
		<p>Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Erecta Rendimiento: 0.4 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg</p>		<p>Usos actuales Platos típicos: Espesado, sudado, apastado, arroz con pato, chingurto, cabrito con frijoles, causa ferreñafana, sopa de choros, peñón de pavita, chirimpiço</p>			
<p>Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo oscuro Forma del fruto: Casi redondo Longitud del fruto: 2.2 cm Diámetro del fruto: 1.8 cm Peso del fruto: 6.9 g</p>		<p>Productos potenciales según experto: Por explorar</p>		<p>Características bioquímicas notables Contenido moderado de capsaicinoides</p>			
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Huaral	272.4	nd	4.0	3.6	2.7	8.4	11.1
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1



Aji cerezo

TABLA N° 12

Cerezo triangular		Especie: <i>Capsicum annuum</i> L.					
Código Nacional: PER017653 Sitio de colecta: Lambayeque							
		Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Erecta Rendimiento: 0.75 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg		Usos actuales Usos culinarios: Seco			
Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo oscuro Forma del fruto: Triangular Longitud del fruto: 3.4 cm Diámetro del fruto: 2 cm Peso del fruto: 5.7 g		Productos potenciales según experto Deshidratado, salsas, encurtidos				Características bioquímicas notables Contenido moderado de capsaicinoides; contenido alto de vitamina E	
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	294.8	23.37	3.9	5.1	2.9	nd	15.0
Huaral	341.5	nd	3.9	5.6	4.0	13.8	12.0
Tambo Grande	320.7	16.52	3.3	3.4	2.3	nd	13.8
Pucallpa	270.0	24.20	3.4	3.6	2.1	nd	10.5
Promedio	291.7	21.4	3.6	4.4	2.8	13.8	12.8
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1




Variedad de ají cerezo

TABLA N° 13

Nombre común no identificado		Especie: <i>Capsicum annuum</i> L.					
Código Nacional: PER017665 Sitio de colecta: Lambayeque							
		Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Erecta Rendimiento: 0.86 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg		Usos actuales: Por explorar		Productos potenciales según experto Por explorar	
Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo oscuro Forma del fruto: Elongado Longitud del fruto: 5.6 cm Diámetro del fruto: 1.0 cm Peso del fruto: 3.3 g		Características bioquímicas notables Contenido alto de capsaicinoides; contenido alto de vitamina E, flavonoides, quercetina, grasa. Combinación excepcional de atributos					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	384.9	19.8	4.4	22.4	17.4	nd	13.6
Huaral	463.5	nd	5.1	19.2	16.0	11.4	14.4
Tambo Grande	284.7	15.7	3.5	13.0	10.9	nd	13.1
Pucallpa	366.1	15.9	4.1	12.0	8.5	nd	16.4
Promedio	374.8	17.2	4.3	16.6	13.2	11.4	14.4
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1



Variedad de ají no identificado

TABLA N° 14

Cerezo triangular		Especie: <i>Capsicum annuum</i> L.					
<p>Código Nacional: PER017667 Sítio de colecta: Lambayeque</p>							
 		<p>Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Erecta Rendimiento: 1.06 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg</p>		<p>Usos actuales Usos culinarios: Ensaladas, cremas</p>			
<p>Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo oscuro Forma del fruto: Triangular Longitud del fruto: 3.7 cm Diámetro del fruto: 1.9 cm Peso del fruto: 5.5 g</p>		<p>Productos potenciales según experto Deshidratado, encurtidos</p>				<p>Características bioquímicas notables Contenido alto de capsaicinoides; contenido alto de vitamina E</p>	
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	315.2	20.7	4.4	9.2	5.9	nd	14.4
Huaral	501.5	nd	4.4	6.2	5.1	17.0	11.5
Tambo Grande	374.2	16.7	3.8	4.1	2.6	nd	13.2
Pucallpa	267.8	21.3	4.8	3.4	1.6	nd	12.7
Promedio	364.7	19.6	4.3	5.7	3.8	17.0	12.9
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1



Variedad de ají cerezo triangular

TABLA N° 15

Nombre común no identificado		Especie: <i>Capsicum annuum</i> L.					
Código Nacional: PER017826 Sitio de colecta: Loreto							
							
Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 0.64 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg		Usos actuales Por explorar					
Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo oscuro Forma del fruto: Elongado Longitud del fruto: 4.1 cm Diámetro del fruto: 1.2 cm Peso del fruto: 2.6 g		Productos potenciales según experto Por explorar					
		Características bioquímicas notables Contenido alto de capsaicinoides; contenido alto de vitamina E					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	507.0	15.7	4.7	13.2	11.1	nd	10.6
Huaral	809.0	nd	6.5	6.7	5.7	8.2	13.4
Tambo Grande	459.2	11.6	4.1	6.7	5.4	nd	12.3
Pucallpa	303.5	24.0	4.4	10.0	7.5	nd	11.7
Promedio	519.7	17.1	4.9	9.1	7.4	8.2	12.0
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1




Variedad de ají no identificado

TABLA N° 16

Ají uña de gallina		Especie: <i>Capsicum baccatum</i> L.					
<p>Código Nacional: PER017661 Sitio de colecta: Lambayeque</p>							
		<p>Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 4.7 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg</p>		<p>Usos actuales Usos culinarios: Aderezos, para perfumar guisos y estofados</p>			
<p>Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo Forma del fruto: Elongado Longitud del fruto: 8.0 cm Diámetro del fruto: 1.6 cm Peso del fruto: 12.5 g</p>		<p>Productos potenciales según experto Deshidratado, salsas</p>					
		<p>Características bioquímicas notables Contenido bajo de capsaicinoides; contenido alto de vitamina E</p>					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	187.5	22.9	3.5	12.8	9.9	nd	9.3
Huaral	103.0	nd	5.4	12.4	10.5	21.3	2.2
Tambo Grande	187.8	18.4	3.6	5.8	4.2	nd	8.0
Pucallpa	166.0	20.1	3.7	5.4	4.2	nd	8.0
Promedio	161.1	20.5	4.1	9.1	7.2	21.3	6.9
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1

Ají uña de gallina

TABLA N° 17

Tipo ají amarillo		Especie: <i>Capsicum baccatum</i> L.					
<p>Código Nacional: PER017833 Sitio de colecta: Loreto</p>							
 							
<p>Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 3.3 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg</p>		<p>Usos actuales Por explorar</p>					
<p>Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo Forma del fruto: Elongado Longitud del fruto: 8.7 cm Diámetro del fruto: 2.0 cm Peso del fruto: 14.8 g</p>		<p>Productos potenciales según experto Salmuera entero, salsas, colorante</p>					
		<p>Características bioquímicas notables Contenido bajo de capsaicinoides</p>					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	119.0	7.1	4.5	7.0	5.2	nd	9.3
Tambo Grande	82.2	5.5	2.3	4.1	3.4	nd	7.4
Pucallpa	121.2	5.1	4.5	5.1	4.0	nd	7.2
Promedio	107.5	5.9	3.8	5.4	4.2	nd	8.0
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1

Ají tipo amarillo


Catálogo de ajíes (*Capsicum* spp.) peruanos promisorios conservados en el banco de semillas del INIA - Perú

TABLA N° 18

Ayuyo		Especie: <i>Capsicum baccatum</i> L.					
Código Nacional: PER017738 Sitio de colecta: San Martín							
 							
Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 0.44 kg / planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg		Usos actuales Usos culinarios: Se utiliza para comer como acompañante al tomar chicha					
Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo Forma del fruto: Triangular Longitud del fruto: 2.0 cm Diámetro del fruto: 1.7 cm Peso del fruto: 2.7 g		Productos potenciales según experto Salmuera entero, salsas, colorante					
		Características bioquímicas notables Contenido alto de capsaicinoides					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Huaral	364.7	nd	5.0	3.5	2.8	15.4	7.5
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1



Variedad de ají ayuyo

TABLA N° 19

Ayuyo		Especie: <i>Capsicum baccatum</i> L.					
Código Nacional: PER006951 Sitio de colecta: Ucayali							
Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 1.54 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg		Usos actuales Usos culinarios: Se utiliza para comer como acompañante al tomar chicha					
Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo Forma del fruto: Triangular Longitud del fruto: 3.5 cm Diámetro del fruto: 2 cm Peso del fruto: 5.4 g		Productos potenciales según experto Por explorar					
		Características bioquímicas notables Contenido moderado de capsaicinoides; contenido alto de flavonoides, quercetina. Combinación excepcional de atributos					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	220.1	2.8	3.1	12.3	10.3	nd	6.8
Huairal	254.5	nd	3.2	27.0	22.6	13.0	5.4
Tambo Grande	194.6	3.7	3.2	3.9	3.9	nd	6.1
Pucallpa	98.9	3.5	2.6	4.3	4.3	nd	7.0
Promedio	192.0	3.3	3.0	11.9	10.3	13.0	6.3
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1


Variedad de ají ayuyo

TABLA N° 20

<p>Ají mono (tipo ayuyo)</p> <p>Código Nacional: PEPO17893 Sítio de colecta: Piura</p>		<p>Especie: <i>Capsicum baccatum</i> L.</p>					
							
<p>Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 1.7 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 k</p>		<p>Usos actuales Por explorar</p>					
<p>Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo Forma del fruto: Triangular Longitud del fruto: 2.8 cm Diámetro del fruto: 2.0 cm Peso del fruto: 5.5 g</p>		<p>Productos potenciales según experto Por explorar</p>					
		<p>Características bioquímicas notables Contenido moderado de capsaicinoides; contenido alto de azúcar</p>					
<p>Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)</p>							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	275.3	0.23	3.8	12.6	11.3	nd	6.1
Huaral	173.0	nd	3.9	7.9	7.0	27.6	6.3
Tambo Grande	214.0	0.68	3.1	4.4	3.9	nd	4.6
Pucallpa	134.5	0.25	2.9	7.0	6.0	nd	6.3
Promedio	199.2	0.4	3.4	8.0	7.0	27.6	5.8
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1

Variedad de ají mono

TABLA N° 21

Ayuyo		Especie: <i>Capsicum baccatum</i> L.					
Código Nacional: PER007026 Sitio de colecta: Ucayali							
Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 1.6 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg		Usos actuales Usos culinarios: Se utiliza para comer como acompañante al tomar chicha					
Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo Forma del fruto: Triangular Longitud del fruto: 2.6 cm Diámetro del fruto: 1.4 cm Peso del fruto: 4.2 g		Productos potenciales según experto Por explorar					
		Características bioquímicas notables Contenido moderado de capsaicinoides					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	330.6	0.4	3.8	10.1	8.6	nd	8.3
Huaral	388.7	nd	5.0	6.3	5.5	24.4	17.1
Tambo Grande	252.7	0.8	3.6	4.8	4.8	nd	9.3
Pucallpa	160.6	0.9	3.5	6.2	6.2	nd	8.5
Promedio	283.2	0.7	4.0	6.9	6.3	24.4	10.8
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1

Variedad de ají ayuyo



TABLA N° 22

Challuaruro		Especie: <i>Capsicum baccatum</i> L.					
Código Nacional: PER017701 Sitio de colecta: San Martín							
 		Usos actuales Por explorar					
Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 0.07 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg		Productos potenciales según experto Por explorar					
Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo Forma del fruto: Elongado Longitud del fruto: 4.0 cm Diámetro del fruto: 1.0 cm Peso del fruto: 1.7 g		Características bioquímicas notables: Contenido alto de capsaicinoides					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	434.0	5.3	4.6	5.0	5.0	nd	9.6
Huaral	583.1	nd	5.1	2.7	2.7	18.6	7.8
Tambo Grande	452.7	5.3	4.2	2.1	2.1	nd	7.9
Pucallpa	212.8	4.1	5.6	2.8	2.8	nd	8.3
Promedio	420.6	4.9	4.9	3.2	3.2	18.6	8.4
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1

Variedad de ají challuaruro

TABLA N° 23

Catálogo de ajíes (*Capsicum spp.*) peruanos promisorios conservados en el banco de semillas del INIA - Perú

Nombre común no identificado		Especie: <i>Capsicum baccatum</i> L.					
Código Nacional: PER017849 Sitio de colecta: Puno							
							
Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 7.3 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg		Usos actuales Por explorar					
Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo oscuro Forma del fruto: Triangular Longitud del fruto: 6.0 cm Diámetro del fruto: 2.5 cm Peso del fruto: 13.5 g		Productos potenciales según experto Por explorar					
		Características bioquímicas notables Contenido alto de capsacinoides; contenido alto de quercetina, azúcar. Combinación excepcional de atributos					
Caracterización bioquímica del fruto seco							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	288.8	11.81	4.0	12.1	10.1	nd	7.5
Huaral	315.5	nd	4.1	12.7	11.0	24.7	9.2
Tambo Grande	279.0	11.0	33.3	6.8	5.6	nd	7.1
Pucallpa	586.7	11.4	3.2	7.1	5.9	nd	5.0
Promedio	367.5	11.4	3.6	9.7	8.2	24.7	7.2
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1

Variedad de ají desconocido


TABLA N° 24

Catálogo de ajíes (*Capsicum* spp.) peruanos promisorios conservados en el banco de semillas del INIA - Perú

Aji limo		Especie: <i>Capsicum chinense</i> Jacq.					
Código Nacional: PER017696 Sitio de colecta: Cajamarca							
 							
Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 1.0 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg		Usos actuales: Platos típicos: Cebiche y tiradito					
Características del fruto fresco: Color fruto maduro: Rojo Forma del fruto: Triangular Longitud del fruto: 1.9 cm Diámetro del fruto: 1.1 cm Peso del fruto: 1.1 g		Productos potenciales según experto Salmuera, encurtido entero, deshidratado					
		Características bioquímicas notables Contenido muy alto de capsaicinoides; contenido alto de antioxidante					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsai- cinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti- oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Hualal	790.1	nd	7.7	2.1	2.1	14.7	7.6
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1

Variedad de ají limo

TABLA N° 25

Aji charapita		Especie: <i>Capsicum chinense</i> Jacq.					
<p>Código Nacional: PER006952 Sitio de colecta: Ucayali</p>							
<p>Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Postrada Rendimiento: 0.33 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg</p>		<p>Usos actuales Platos típicos: Aji de cocona, patarashca, patacones, tacaco, juane; Salsas, encurtidos, en vinagre o aceite de oliva, guisos</p>					
<p>Características del fruto fresco Color fruto maduro: Amarillo-naranja- pálido Forma del fruto: Casi redondo Longitud del fruto: 1.0 cm Diámetro del fruto: 0.9 cm Peso del fruto: 0.4 g</p>		<p>Productos potenciales según experto Aceite, deshidratado, cosméticos, aromaterapia</p>					
		<p>Características bioquímicas notables Contenido muy alto de capsaicinoides</p>					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	720.6	7.5	5.0	3.3	3.3	nd	10.8
Huaral	637.2	nd	4.0	2.1	2.1	5.2	11.9
Tambo Grande	778.3	6.8	4.8	2.4	2.4	nd	9.9
Pucallpa	629.5	7.6	4.7	3.0	3.0	nd	9.4
Promedio	691.4	7.7	4.6	2.7	2.7	5.2	10.5
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1


Variedad de ají charapita

TABLA N° 26

Aji charapita		Especie: <i>Capsicum chinense</i> Jacq.					
<p>Código Nacional: PER017711 Sitio de colecta: San Martín</p>							
 							
<p>Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 0.55 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg</p>		<p>Usos actuales Platos típicos: Aji de cocona, patarashca, patacones, tacaco, juane. Usos culinarios: Salsas, encurtidos, en vinagre o aceite de oliva, guisos</p>					
<p>Características del fruto fresco Color fruto maduro: Amarillo-naranja Forma del fruto: Casi redondo Longitud del fruto: 1.2 cm Diámetro del fruto: 1.3 cm Peso del fruto: 1.2 g</p>		<p>Productos potenciales según experto Deshidratado, encurtidos, salsas</p>					
<p>Características bioquímicas notables Contenido bajo de capsalcinoides</p>							
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Huaral	2.2	nd	2.6	nd	nd	19.0	8.1
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1

Variedad de ají charapita

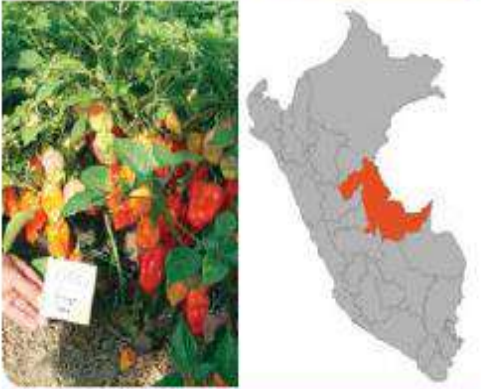
TABLA N° 27

Aji charapita		Especie: <i>Capsicum chinense</i> Jacq.					
<p>Código Nacional: PER017784 Sitio de colecta: San Martín</p>							
<p>Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 0.11 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg</p>		<p>Usos actuales Platos típicos: Aji de cocona, palarashca, palacones, tacaco, juane. Usos culinarios: Salsas, encurtidos, en vinagre o aceite de oliva, guisos</p>					
<p>Características del fruto fresco Color fruto maduro: Amarillo-naranja Forma del fruto: Casi redondo Longitud del fruto: 1.0 cm Diámetro del fruto: 1.0 cm Peso del fruto: 0.5 g</p>		<p>Productos potenciales según experto Por explorar</p>					
<p>Características bioquímicas notables Contenido muy alto de capsaicinoides</p>							
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	636.4	12.1	4.6	3.0	3.0	nd	8.6
Huaral	579.7	nd	5.0	2.1	2.1	10.9	11.0
Tambo Grande	782.2	9.8	5.0	1.6	1.6	nd	8.4
Pucallpa	308.1	12.4	3.6	3.3	3.3	nd	8.9
Promedio	576.6	11.5	4.6	2.5	2.5	10.9	9.2
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1

Variedad de ají charapita

TABLA N° 28

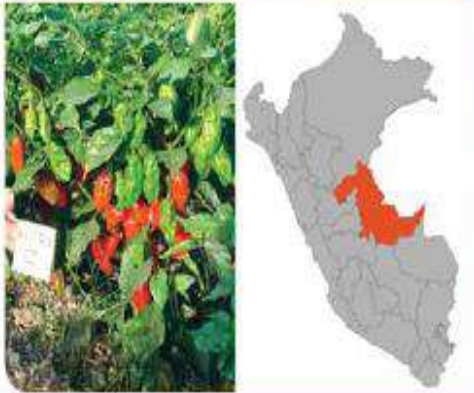
Catálogo de ajíes (*Capsicum spp.*) peruanos promisorios conservados en el banco de semillas del INIA - Perú

Aji dulce		Especie: <i>Capsicum chinense</i> Jacq.					
<p>Código Nacional: PER006992 Sitio de colecta: Ucayali</p>							
<p>Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 1.4 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg</p>		<p>Usos actuales Usos culinarios: Salsas, ensaladas, fresco, almibar, aderezos, guisos</p>					
<p>Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo Forma del fruto: Triangular Longitud del fruto: 5.9 cm Diámetro del fruto: 2.1 cm Peso del fruto: 9.8 g</p>		<p>Productos potenciales según experto Nutracéuticos</p>					
		<p>Características bioquímicas notables Contenido moderado de capsaicinoides; contenido alto de azúcar</p>					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	4.8	2.4	2.2	4.8	4.8	nd	4.4
Huaral	417.2	nd	4.0	8.9	8.0	30.3	5.5
Tambo Grande	296.9	3.4	3.0	3.6	3.6	nd	5.1
Pucallpa	614.3	3.5	2.8	4.7	4.7	nd	6.5
Promedio	333.8	3.1	3.0	5.5	5.3	30.3	5.4
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1

Variedad de ají dulce

TABLA N° 29

Catálogo de ajíes (*Capsicum spp.*) peruanos promisorios conservados en el banco de semillas del INIA - Perú

Aji dulce		Especie: <i>Capsicum chinense</i> Jacq.					
<p>Código Nacional: PER006991 Sitio de colecta: Ucayali</p>							
<p>Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 1,6 kg/planta Rango de referencia: 0,045 - 7,3 kg/planta Mediana de referencia: 0,76 kg</p>		<p>Usos actuales Usos culinarios: Salsas, ensaladas, fresco, almibar, aderezos, guisos</p>					
<p>Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo Forma del fruto: Acampanulado Longitud del fruto: 5,1 cm Diámetro del fruto: 2,8 cm Peso del fruto: 10,6 g</p>		<p>Productos potenciales según experto Por explorar</p>					
		<p>Características bioquímicas notables Contenido muy alto de capsaicinoides</p>					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	58.8	9.3	2.5	3.0	3.0	nd	7.0
Huaral	146.1	nd	3.6	2.6	2.6	13.3	6.6
Tambo Grande	3.7	14.2	2.1	2.6	2.6	nd	5.6
Pucallpa	64.8	6.5	2.4	3.0	3.0	nd	6.0
Promedio	68.4	10.0	2.7	2.8	2.8	13.3	6.3
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1

Variedad de ají dulce


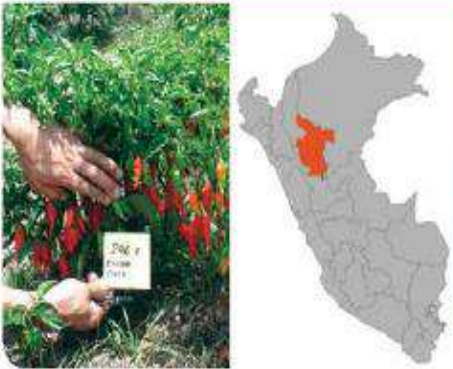
Catálogo de ajíes (*Capsicum* spp.) peruanos promisorios conservados en el banco de semillas del INIA - Perú

TABLA N° 30

Tipo pucunucho		Especie: <i>Capsicum chinense</i> Jacq.					
Código Nacional: PER017736 Sitio de colecta: San Martín							
							
Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 0.74 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg		Usos actuales Por explorar					
Características del fruto fresco Color fruto maduro: Amarillo-naranja Forma del fruto: Elongado Longitud del fruto: 4.8 cm Diámetro del fruto: 1.5 cm Peso del fruto: 3.7 g		Productos potenciales según experto Fresco, salmuera, encurtido, salsa					
		Características bioquímicas notables Contenido bajo de capsaicinoides; contenido alto de azúcar					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Huaral	103.0	nd	3.8	4.3	4.3	30.0	4.3
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1


Variedad de ají pucunucho

TABLA N° 31

Pucunucho rojo		Especie: <i>Capsicum chinense</i> Jacq.					
<p>Código Nacional: PER017732 Sifio de colecta: San Martín</p>							
		<p>Usos actuales Por explorar</p>					
<p>Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 0.11 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg</p>		<p>Productos potenciales según experto Por explorar</p>					
<p>Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo oscuro Forma del fruto: Triangular Longitud del fruto: 3.86 cm Diámetro del fruto: 1.5 cm Peso del fruto: 2.3 g</p>		<p>Características bioquímicas notables Contenido alto de capsaicinoides</p>					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsai- cinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti- oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	477.8	9.22	4.5	2.5	2.5	nd	14.0
Huaral	556.6	nd	5.1	3.5	3.5	18.1	9.2
Tambo Grande	596.3	3.1	3.9	1.3	1.3	nd	9.7
Pucallpa	254.7	18.2	4.3	2.4	2.4	nd	9.3
Promedio	471.4	10.2	4.5	2.4	2.4	18.1	10.6
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1


Variedad de ají pucunucho rojo

TABLA N° 32

Tomatito rojo		Especie: <i>Capsicum chinense</i> Jacq.					
<p>Código Nacional: PER006959 Sítio de colecta: Ucayali</p>							
<p>Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Postrada Rendimiento: 2.2 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg</p>		<p>Usos actuales: Por explorar</p>					
<p>Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo oscuro Forma del fruto: Triangular Longitud del fruto: 4.8 cm Diámetro del fruto: 2.4 cm Peso del fruto: 10.1 g</p>		<p>Productos potenciales según experto Aceite, deshidratado, encurtido con otras hortalizas, salmuera</p>					
		<p>Características bioquímicas notables Contenido bajo de capsaicinoides; contenido alto de azúcar</p>					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	154.4	1.4	3.3	11.8	9.6	nd	4.5
Huaral	259.4	nd	9.2	7.3	6.0	31.4	10.0
Tambo Grande	154.5	2.3	3.0	7.3	5.6	nd	2.9
Pucallpa	79.2	2.1	2.7	6.1	4.5	nd	3.6
Promedio	161.9	2.0	4.5	8.1	6.4	31.4	5.3
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1

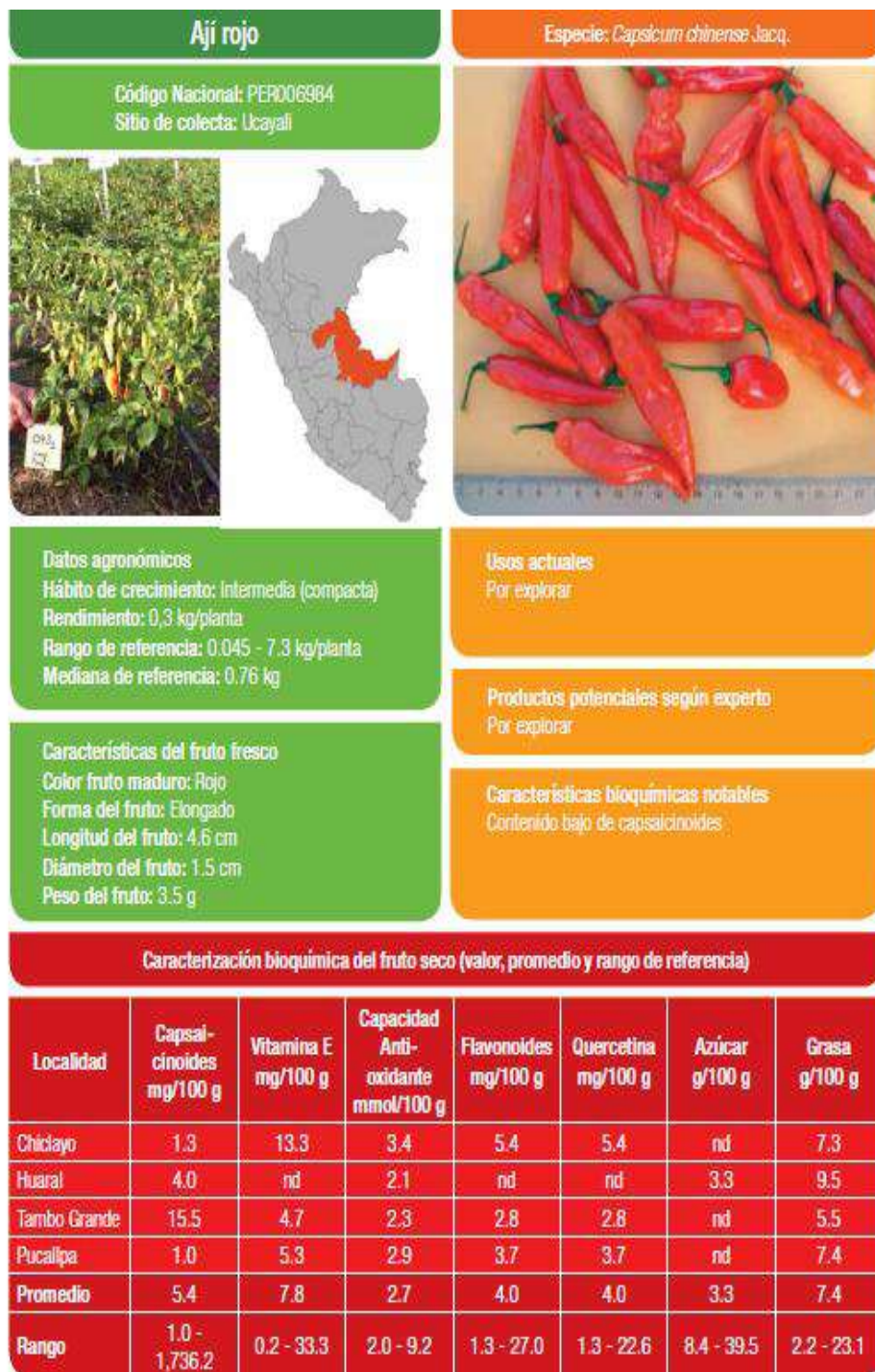
Variedad de ají tomatito rojo

TABLA N° 33

<p>Tipo ají amarillo</p>		<p>Especie: <i>Capsicum baccatum</i> L.</p>					
<p>Código Nacional: PER017833 Sitio de colecta: Loreto</p>							
<p>Datos agronómicos Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta) Rendimiento: 3.3 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg</p>		<p>Usos actuales Por explorar</p>					
<p>Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo Forma del fruto: Elongado Longitud del fruto: 8.7 cm Diámetro del fruto: 2.0 cm Peso del fruto: 14.8 g</p>		<p>Productos potenciales según experto Salmuera entero, salsas, colorante</p>					
		<p>Características bioquímicas notables Contenido bajo de capsaicinoides</p>					
<p>Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)</p>							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	119.0	7.1	4.5	7.0	5.2	nd	9.3
Tambo Grande	82.2	5.5	2.3	4.1	3.4	nd	7.4
Pucallpa	121.2	5.1	4.5	5.1	4.0	nd	7.2
Promedio	107.5	5.9	3.8	5.4	4.2	nd	8.0
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1


Ají tipo amarillo

TABLA N° 34



Variedad de ají rojo




TABLA N° 35

Nombre común no identificado		Especie: <i>Capsicum chinense</i> Jacq.					
Código Nacional: PER017707 Sitio de colecta: San Martín							
<p>Datos agronómicos</p> <p>Hábito de crecimiento: Intermedia (compacta)</p> <p>Rendimiento: 0.21 kg/planta</p> <p>Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta</p> <p>Mediana de referencia: 0.76 kg</p>		<p>Usos actuales</p> <p>Usos culinarios: Encurtidos</p>					
<p>Características del fruto fresco</p> <p>Color fruto maduro: Amarillo-naranja pálido</p> <p>Forma del fruto: Triangular</p> <p>Longitud del fruto: 1.9 cm</p> <p>Diámetro del fruto: 1.1 cm</p> <p>Peso del fruto: 1.1 g</p>		<p>Productos potenciales según experto</p> <p>Salsa picante</p>					
		<p>Características bioquímicas notables</p> <p>Contenido muy alto de capsaicinoides; contenido alto de vitamina E, antioxidante.</p> <p>Combinación excepcional de atributos</p>					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	962.1	16.0	5.5	8.6	6.5	nd	11.9
Huaral	813.1	nd	6.0	6.2	6.2	7.9	9.2
Tambo Grande	868.1	16.6	5.1	3.5	3.5	nd	8.8
Pucallpa	688.9	27.0	5.0	2.9	2.9	nd	11.1
Promedio	833.1	19.9	5.4	5.3	4.8	7.9	10.2
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1

Variedad de ají desconocido

TABLA N° 36

Catálogo de ajíes (*Capsicum* spp.) peruanos promisorios conservados en el banco de semillas del INIA - Perú

Pipi de mono		Especie: <i>Capsicum frutescens</i> L.					
Código Nacional: PER017702 Sitio de colecta: Loreto							
							
Datos agrónomicos Hábito de crecimiento: Erecta Rendimiento: 0.09 kg/planta Rango de referencia: 0.045 - 7.3 kg/planta Mediana de referencia: 0.76 kg		Usos actuales Usos culinarios: Salsas y encurtidos. Cocina amazónica en general.					
Características del fruto fresco Color fruto maduro: Rojo Forma del fruto: Elongado Longitud del fruto: 1.8 cm Diámetro del fruto: 0.4 cm Peso del fruto: 0.3 g		Productos potenciales según experto Por explorar					
		Características bioquímicas notables Contenido muy alto de capsaicinoides; contenido alto de vitamina E, antioxidante, grasa. Combinación excepcional de atributos.					
Caracterización bioquímica del fruto seco (valor, promedio y rango de referencia)							
Localidad	Capsaicinoides mg/100 g	Vitamina E mg/100 g	Capacidad Anti-oxidante mmol/100 g	Flavonoides mg/100 g	Quercetina mg/100 g	Azúcar g/100 g	Grasa g/100 g
Chiclayo	1,323.1	17.4	6.6	3.3	3.3	nd	19.8
Tambo Grande	1,178.2	13.6	6.1	1.5	1.5	nd	16.4
Pucallpa	1,684.0	19.0	7.3	1.8	1.8	nd	16.6
Promedio	1,395.1	16.7	6.7	2.2	2.2	nd	17.6
Rango	1.0 - 1,736.2	0.2 - 33.3	2.0 - 9.2	1.3 - 27.0	1.3 - 22.6	8.4 - 39.5	2.2 - 23.1

Variedad de ají pipi de mono

TABLA N° 37



Variedad de ají malaguete

2.2.5. Estructura del mercado nacional de ajíes nativos y productos procesados

“El mercado de Lima es uno de los principales mercados para los ajíes comerciales y nativos en el Perú. Entre las variedades de ajíes nativos mejor posicionadas se encuentran el ají amarillo, el ají panca y el rocoto, ya que son a su vez, las variedades más demandadas por consumidores e industrias en el país.

Para otras variedades nativas como el ají charapita, el paca, el pipi de mono, el mochero y el arnauco, entre otras, no existe una oferta importante debido a la falta de conocimiento acerca del uso de estas variedades por parte de los consumidores finales. Son comercializadas principalmente en los mercados regionales y ferias distritales, donde hay una mayor oferta y por ende un mayor consumo de estos productos. En estas zonas, los agricultores venden ajíes frescos pues son productos de una baja complejidad relativa al no necesitar procesamiento, y se limitan a seleccionarlos para el mercado teniendo en cuenta solamente requerimientos como color, forma y tamaño.

Algunos supermercados e hipermercados como supermercados Tottus, Wong y Plaza Vea, ofrecen de manera regular ajíes nativos como el ají amarillo que lidera las ventas de estos productos (García 2011). Según García (2011), entre agosto y octubre de 2010, el supermercado Wong, dentro de sus establecimientos en Lima metropolitana, de la venta total de ajíes nativos, el 95,2% fue de ají amarillo. En el caso de los supermercados Tottus, el ají amarillo representó el 79% de las ventas en mayo del 2010, mientras que el rocoto representó el 15% de las ventas de ajíes nativos. Cabe señalar que según Corrales (2012), en el año 2010 se produjeron 36.890 toneladas de ajíes nativos deshidratados que corresponde a un 27,2% de la producción nacional para este rubro.

Gracias al incremento de la población urbana y a los cambios de sus preferencias, sumado al incremento en el número de supermercados y tiendas en las ciudades y provincias, la comercialización y el consumo de productos a base de ají han ido creciendo en los últimos años. Aun así, la oferta de productos procesados de ají es pequeña, existiendo pocas empresas que ofrecen estos tipos de productos. La mayoría de estas empresas son empresas familiares que realizan los procesos de manera tradicional en las propias casas o cocinas, por lo que los productos finales son de baja calidad, y por ende, no logran un posicionamiento en el mercado. Entre los productos elaborados con ajíes nativos que existen en el mercado, se encuentran salsas, pastas, encurtidos, y productos secos como el ají seco entero y en polvo.

*Según Corrales (2012), la demanda por producto en los supermercados está dominada por el ají fresco el cual tiene el mayor nivel de ventas (49%); las salsas y pastas cuentan con un 46% de participación en las ventas y los productos secos representan el 4% del total. (Jäger, Alejandra Jiménez, Karen Amaya. (2013). **Guía de oportunidades en el mercado para los ajíes nativos en el Perú . (p. 28) . ”***

En los mercados de Lima se comercializan los ajíes más conocidos como el rocoto, ají limo, ají panca y el ají mirasol; estos se encuentra en todos los mercados de Lima, e incluso en los supermercados como Plaza vea, Metro , Wong y Vivanda .

Pero el otro de la comercialización del ají es muy preocupante, ya que se desconoce y su comercialización es escasa de los ajíes nativos como el el ají cerezo, ají paca, ají mocho, ají cacho de cabra, ají arnauco, ají pipi de mono, ají ayucillo, ají charapita, ají dulce, entre otros. Estos ajíes lamentablemente no tiene una difusión adecuada, lo cual hace que la mayoría de personas no utilicen estas variedades para la preparación de

platos, haciendo que exista poca demanda en el mercado de este. Estos ajíes podemos encontrar en ferias regionales que traen productos agrícolas, además en esos lugares, además de conseguir esas variedades, se puede observar poca cantidad de ají ya que no son muy demandadas; y además la selección de estos no es industrializada, más bien es manualmente, por la poca demanda que existe.

2.2.6. Oportunidades para los ajíes nativos peruanos en el mercado nacional

“Los cambios socioeconómicos ocurridos en el mundo durante los últimos años han llevado a que las sociedades actuales cambien sus preferencias de consumo e incrementen su demanda hacia productos diferenciados, fáciles de utilizar, preparar y conservar, con lo cual se ha generado un interés por productos procesados con un mayor valor agregado, y el Perú no ha sido ajeno a esta realidad.

*Por sus propiedades multifuncionales, los ajíes nativos en Perú tienen la posibilidad de ser utilizados frescos o procesados y presentados en diferentes subproductos. Entre estos se destacan las diferentes salsas, en donde comúnmente se usan el ají amarillo, el ají panca, el rocoto y el ají limo (Bederski 2012), los encurtidos en vinagre, ajíes en polvo (amarillo, limo y panca), ajíes deshidratados, pasta de ajíes y, en menor medida, galletas con ajíes y ajíes marinados en aceite de oliva.(Jäger, Alejandra Jiménez, Karen Amaya. (2013). **Guía de oportunidades en el mercado para los ajíes nativos en el Perú.** (p. 33)). ”*

La demanda del ají ha cambiado en los últimos años; los consumidores prefieren ajíes procesados, por los usos que pueden dar en sus

preparaciones. Los ajíes nativos peruanos son muy ricos y muy variados los cuales se pueden aprovechar frescos, secos o procesados.

2.2.6.1. Preferencias, atributos de valor y disponibilidad a pagar - Consumidores nacionales

“La identificación de los perfiles de los consumidores finales, así como la disponibilidad a pagar por los atributos propios de las variedades consumidas, fue realizada por García (2011) a través de 205 encuestas y entrevistas aplicadas en la ciudad de Lima durante el año 2011. El pleno conocimiento de las preferencias de los consumidores y de las tendencias del mercado le permite a las empresas productoras de ají crear planes estratégicos de negocios, ampliar el portafolio de productos ofrecidos, reducir las pérdidas de producto por exceso de producción y les permite ser más competitivas.

Lima es una de las principales ciudades consumidoras de ajíes tanto nativos como no nativos más comerciales (jalapeño, tabasco, entre otros), y a nivel de hogares, las decisiones de compra de la canasta familiar están lideradas por las amas de casa (64% de los entrevistados eran esposas o mujeres cabeza de hogar). Estas se han dividido en “aspiracionales” y en “hogareñas”.

Por un lado se encuentran las amas de casa consideradas “aspiracionales”, las cuales buscan tener más tiempo para ellas mismas y para la realización de otros oficios (representan el 28% de la población encuestada), las cuales muestran mayor tendencia a demandar y adquirir productos envasados y pre-cocidos, listos para el consumo inmediato o que necesiten un mínimo de preparación; por otro lado, se encuentran las amas de casa consideradas “hogareñas” (32% de la población

encuestada), las cuales encuentran satisfacción y dedican un mayor tiempo en la realización de las labores del hogar como cocinar, y que a su vez son entusiastas con la nutrición de la familia, principalmente en cuanto a cantidad. Estas amas de casa hogareñas tienen la tendencia a adquirir una mayor cantidad de productos con un mínimo de procesamiento, como los ajíes frescos.

Del total de hogares encuestados, el 69,3% consumía entre 3 y 6 variedades de ajíes peruanos, cerca de un 9,8% consumía entre 7 y 10 variedades diferentes incluyendo ajíes nativos, y el 8,3% de hogares no consumía ajíes porque no les gustaba o porque consideraban que eran dañinos para la salud.

Las variedades de ajíes nativos más consumidas en Lima. Estas son en primero lugar el ají amarillo (89% de los encuestados), seguido por el ají panca (75%), y el rocoto (62%). De las variedades consideradas como subutilizadas, la más consumida es el pipi de mono (28% de los encuestados), seguida del ají mochoero (16%) y el ají paca (14%).

Del total de entrevistados que consume ajíes, el 35% indicó que no consumían ajíes nativos subutilizados porque no los conocían o no sabían que existían, mientras que un 13% indicó que no tenía conocimiento acerca de la forma de prepararlos, como usarlos y en qué platos se podrían utilizar. El 8% no sabían dónde adquirirlos y un 5% no están interesados en intentar cambiar la forma de preparación de sus alimentos. Sin embargo, los consumidores de ajíes nativos subutilizados entrevistados tienen diferentes maneras de usarlos y diferentes frecuencias de adquisición dependiendo de la variedad.

El ají mochero es consumido por el 16% de los entrevistados, y es adquirido fresco cada semana (31% de los encuestados) o cada dos semanas (22%). Adicionalmente, un 6% indica que adquiere esta variedad en forma molida en el mercado más cercano.

El ají charapita que es consumido por el 11% de los encuestados, es principalmente comprado fresco y se destina a la elaboración de salsa y a la preparación de algunos platos. El 23% de los encuestados que compra ají charapita afirma que adquiere encurtidos de ají charapita en envase de vidrio en el supermercado más cercano. Cerca del 45% de los consumidores de esta variedad la compran cada 2 o 3 meses y cerca del 23% lo adquiere cada mes. Otros indicaron que la adquieren de forma esporádica.

Cerca del 6% de los entrevistados consume ají arnaucho, y otro 6% consume ají cerezo. Estos ajíes se compran generalmente frescos. El ají arnaucho es usado directamente en la preparación de diversos platos (58% de los entrevistados), y para la elaboración de salsa o pastas (50%). Por otro lado, el ají cerezo es usado como acompañante de platos (50%) y en la preparación de encurtidos (42%). Estos ajíes son comprados aproximadamente cada mes.

En cuanto al ají pipi de mono, el cual es consumido por el 28% de los entrevistados, su principal uso es la preparación de diferentes platos (47% de los encuestados), y en la elaboración de salsas (40%). Cerca del 98% de los encuestados lo consume principalmente fresco, aunque es adicionalmente adquirido en mercados locales en forma de encurtidos, de forma molida y en salsa. El 47% de los entrevistados

adquiere esta variedad (fresca) en el mercado local y cerca de un 23% lo cultiva de su propio jardín. Otras vías de adquirirlo son a través de familiares, amigos y vecinos que tienen huertas en las que siembran este ají.

*El ají pacaes el cual es un tipo de ají amarillo que se encuentra al sur del país, es consumido por el 14% de los encuestados. Este es adquirido por el 97% de los encuestados en forma fresca, mientras que el 3% restante lo adquiere molido (en polvo). Este ají es usado en la preparación de diversos platos (62% de los encuestados lo usa para este fin) y es comprado quincenal o mensualmente. (Jäger, Alejandra Jiménez, Karen Amaya. (2013). *Guía de oportunidades en el mercado para los ajíes nativos en el Perú.* (pp. 33, 35,36)). ”*

Para identificar los perfiles de los consumidores de ajíes, se tuvo que realizar unas encuestas para medir el consumo y preferencia de este insumo. Las encuestas se hicieron a las amas de casas en su mayoría, ya que son las que se encargan de comprar los insumos para la preparación de las comidas.

En esta encuesta se supo que la mayoría consume el ají amarillo, ají panca , rocoto; pero también consumen otras variedades de ajíes como el limo, y charapita.

Otro grupo de personas dijeron que no conocen otras variedades subutilizadas de ajíes nativos; de las cuales no sabes dónde adquirir

estos insumos, no tienen información de otras variedades de ajíes, y no conocen como agregar este insumo en sus preparaciones.

En si esta encuesta muestra la falta de información de la amplia variedades de ajíes nativos que tenemos en el Perú; y la poca promoción q se le dan a estos insumos para la comercialización y consumo.

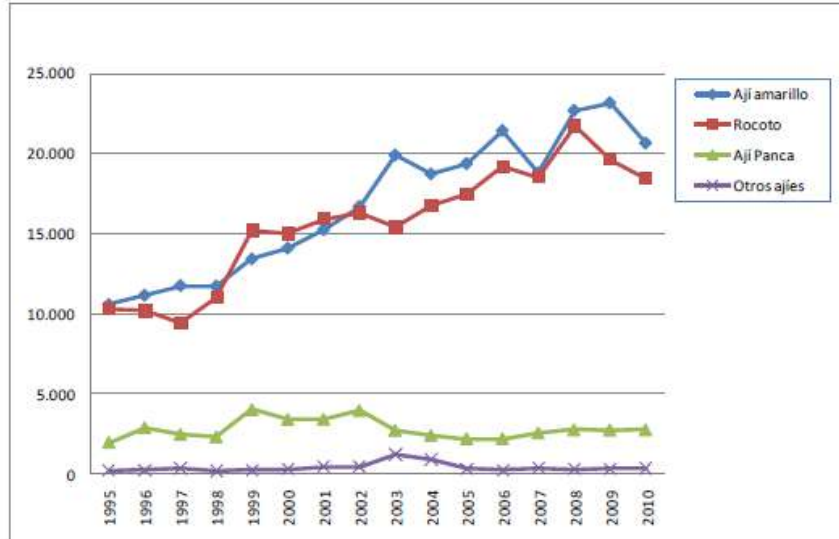
2.2.7. Consumo actual de ajíes nativos

“La información sobre las principales variedades de ajíes nativos que actualmente se consumen en el mercado se obtuvo principalmente de estadísticas secundarias provenientes de la Empresa de Mercados Mayoristas S.A. (EMMSA), entrevistas a profundidad con gerentes de compras de dos de las principales cadenas de supermercados en Lima, y con comerciantes minoristas del mercado de Surquillo

Las variedades y volúmenes que ingresaron al Mercado Mayorista La Parada se observa que la comercialización de ajíes nativos se concentra en el ají amarillo, rocoto y ají panca. Esta última variedad se consume en estado seco, por lo que los volúmenes comercializados son menores que para las dos primeras variedades. Todos estos ajíes evidencian una tendencia creciente en el consumo. Por otra parte, entre los otros ajíes nativos comercializados, aunque en menores cantidades, se tiene: el pipí de mono, montaña, naucho y paprika. Cabe indicar que, en el mercado mayorista La Parada se concentra casi la totalidad del comercio al por mayor de hortalizas de Lima Metropolitana, incluyendo los ajíes nativos (Escobal y Agreda, 1997).

GRAFICO N° 1

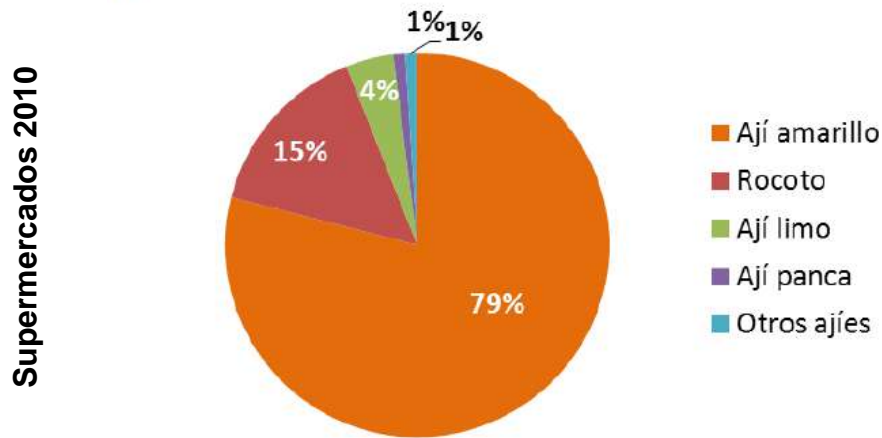
**EMMSA (2010). Datos
estimados para el 2010**



Toneladas que ingresaron al Mercado Mayorista La Parada (1995- 2010)

En el caso de las ventas al por menor, uno de los gerentes entrevistados de una de las principales cadenas de supermercados en el país indicó que las ventas promedio en la ciudad de Lima de los meses agosto a octubre 2010 de ají amarillo fue de 21 toneladas (con el 95% de participación en el mercado), de ají limo de alrededor de 1 tonelada (4%), y de ají panca de 51kg (menos del 1%). Por otra parte, aunque no se cuente con las cantidades exactas comercializadas en la ciudad de Lima, la información proporcionada por una segunda cadena de supermercados sugiere que las variedades del ají nativo que están posicionadas comercialmente en esta ciudad son el ají amarillo (con el 79% del participación en el mercado), rocoto (15%), limo (4%) y el panca (1%). Entre las variedades que se comercializan en pequeñas cantidades se tiene el jalapeño y la paprika (1%).

GRAFICO N° 2



Ventas de ajíes nativos en supermercados (promedio mensual del 2010)

La comercialización de otros ajíes nativos diferentes a los anteriormente mencionados es muy reducida dentro de la ciudad de Lima, pudiéndose encontrarse únicamente en determinados mercados locales como el de Surquillo, y son ofrecidos por escasos vendedores y en cantidades muy pequeñas. Durante una vista a ese mercado en mayo del 2010, se entrevistó dos puestos que comercializaban variedades de ajíes nativos sub-utilizados. Uno de ellos indicó que vendía aproximadamente 2 kg de ají charapita, 2 kg de pipí de mono, y 5 kg de ají serrano al mes. El otro vendía en total 250 gramos de ají charapita al mes. La venta de estos productos se realizaba en pequeños empaques de aproximadamente 10-20 gramos cada uno y en algunos casos, cuando la variedad de ají es de tamaño mediano, se realizan por unidad, siendo tanto los movimientos de venta y volúmenes comercializados todavía muy bajos. (Alicia Garcia y Jaqueline Garcia (2013). Latin american journal of business manegement. Artículo: Oportunidades de bio-comercio y preferencias

de los hogares por atributos diferenciados de ajíes nativos sub-utilizados en “Lima Moderna”, Perú (pp. 283-285). ”

Las variedades de ajíes nativos que ingresan para comercializar en el mercado mayorista según *EMMSA* son el ají amarillo, el rocoto, ají limo y el ají panca que ingresa en menor cantidad, pero con la característica que ingresa como ají seco.

También en los supermercados locales de Lima ingresan estas variedades de ají, pero el que tiene mayor ingreso es el ají limo.

Pero a pesar que ingresan esas variedades de ajíes no se encuentran otras variedades de ajíes nativos, es difícil su comercialización, se puede encontrar en el mercado de Surquillo algunas variedades como el ají charapita y pipi de mono, que lo venden en pocas cantidades y no se encuentran en todos los puestos de ajíes de ese mercado.

2.2.8. Motivaciones que limitan el consumo de variedades sub-utilizadas en Lima Moderna

“Los resultados de la encuesta efectuada con los hogares de Lima Moderna indicaron que las variedades consumidas son principalmente el ají amarillo (89%), panca (75%), rocoto (62%) y Limo (38%). Entre las variedades sub-utilizadas que también son conocidas y consumidas, pero

por un porcentaje menor de hogares, se tuvo principalmente al pipí de mono (28%), mochero (16%) y paca (14%). El ayuclo es una variedad prácticamente desconocida. Sólo se encontró un hogar que conocía y había consumido esta variedad.

TABLA N° 38

Alicia García y Jaqueline García	Variedad	Porcentaje de encuestados (%)
	1. Amarillo	89,3
	2. Panca	74,6
	3. Rocoto	62,0
	4. Limo	37,6
	5. Pipí de mono	27,8
	6. Mochero	15,6
	7. Pacae	14,1
	8. Charapita	10,7
	9. Cacho de cabra	9,3
	10. Cerezo	5,9
	11. Arnaucho	5,9
	12. Ayuclo	0,5

Consumo de ajíes nativos por variedad

El 50% de hogares indicaron que no consumían ninguna variedad sub-utilizada (diferente al ají amarillo, panca, limo y rocoto). El principal motivo por el cual no lo hacían era simplemente porque no los conocían o no sabían cómo prepararlos/ cocinarlos (96%). Por otro lado, un 16% no sabía dónde comprarlos o adquirirlos y un 11% no le gustaba intentar sabores nuevos (Alicia García y Jaqueline García (2013). Latin american journal of business manegement. Artículo: Oportunidades de bio-comercio y preferencias de los hogares por atributos diferenciados de ajíes nativos sub-utilizados en “Lima Moderna”, Perú (pp. 283-285)). ”

TABLA N° 39

Alicia García y Jaqueline García	Variedad	Total encuestados no consumidores de ajíes nativos sub-utilizados (%) *
	No conozco / no sé cómo usarlos	96,1
	No sé donde comprarlos	15,7
	No intento sabores nuevos	10,8
	Otros	17,6

Motivos por los que no se consumen ajíes nativos sub-utilizados

A través de una encuesta que se realizó a personas que consumen ají, se pudo saber que la mayoría consumía el ají panca, amarillo, rocoto y limo, solo algunas personas habían consumido y el ají pipi de mono, charapita y mochero.

Solo una persona había probado el ají ayucillo, que es desconocido para la mayoría de consumidores.

Se pudo llegar a la conclusión que las personas solo conocían unas cuantas variedades de ají, y no otros ajíes nativos, porque no los conocía, no saben cómo utilizarlo y uno de los problemas era la comercialización, ya que las personas no saben dónde encontrar otras variedades de ajíes, ya que los mercados venden en su mayoría el ají limo, rocoto, ají amarillo y el ají panca.

2.2.9. El gran mercado mayorista de Lima

“La Empresa de Mercados Mayoristas S.A (EMMSA), fue creada el año 1980, a raíz de la liquidación de la Empresa Pública de Servicios Agropecuarios (EPSA), como una empresa de propiedad directa del Estado asignada al Ministerio de Agricultura, hasta que mediante Decreto Supremo N° 209-85-EF del 17 de mayo de 1985 sus acciones fueron transferidas en propiedad a Inversiones COFIDE S.A (ICSA).

En diciembre de 1987 ICSA transfiere la totalidad de las acciones de EMMSA a favor del Concejo Provincial de Lima, su centro de operación es el Mercado Mayorista N°1 ubicado en la cuadra 2 de la Av. Aviación, distrito de La Victoria, siendo su propietario la Municipalidad Metropolitana de Lima.

EMMSA es una empresa municipal de derecho privado, formado bajo la modalidad de Sociedad Anónima Cerrada; sus acciones y patrimonio son propiedad de la MML, gozando de autonomía económica y administrativa. EMMSA se rige por su Estatuto Social, las disposiciones de carácter presupuestal emitidas por la Dirección Nacional de Presupuesto Público, y en forma supletoria por la Ley General de Sociedades N° 26887.

En tal sentido, EMMSA tiene por objeto dedicarse a la administración, control, supervisión y dirección de los mercados públicos, sean estos mayoristas o minoristas, existentes en la Provincia de Lima; promocionar y participar en la construcción de nuevos mercados con la finalidad que se garantice el abastecimiento de productos alimenticios en general para la ciudad de Lima; asimismo, la sociedad podrá normar los regímenes internos

de administración de cada uno de estos mercados, conceder el uso de sus instalaciones y otorgar los contratos de concesión respectivos, fijar las obligaciones y derechos de los concesionarios, fijar el régimen compensatorio por tales concesiones y demás asuntos conexos y/o afines con los entes enunciados.

Fue a partir del 23 de marzo del 2004, que la Empresa de Mercados Mayoristas S.A. (EMMSA) cambio su denominación por la de Empresa Municipal de Mercados S.A. (EMMSA), ampliando de esta manera sus funciones.

En tal sentido, EMMSA tiene por objetivo dedicarse a la administración, control, supervisión y dirección de los mercados públicos, sean estos mayoristas o minoristas, existentes en la Provincia de Lima; promocionar y participar en la construcción de nuevos mercados con la finalidad que se garantice el abastecimiento de productos alimenticios en general para la ciudad de Lima; asimismo, la sociedad podrá normar los regímenes internos de administración de cada uno de estos mercados, conceder el uso de sus instalaciones y otorgar los contratos de concesión respectivos, fijar las obligaciones y derechos de los concesionarios, fijar el régimen compensatorio por tales concesiones y demás asuntos conexos y/o afines con los entes enunciados.

El domicilio legal de EMMSA, se encuentra en Av. De La Cultura S/N, distrito de Santa Anita - Lima, donde también se ubica su centro de operación el Gran Mercado Mayorista de Lima, siendo su propietario la Municipalidad Metropolitana de Lima.

EMMSA desde fines del 2008, por encargo de la Municipalidad Metropolitana de Lima, tiene a su cargo la ejecución del Proyecto Ampliación y Remodelación del Gran Mercado Mayorista de Lima ubicado en el Distrito de Santa Anita, con lo que se espera lograr dar solución al problema del abastecimiento, comercialización y distribución de productos agrícolas perecibles en Lima Metropolitana en beneficio de una población en constante crecimiento que impulsan cada vez a una mayor demanda de alimentos (<http://www.emmsa.com.pe>).”

El gran mercado mayorista de Lima se encuentra ubicado actualmente en la Av. De La Cultura S/N, en el distrito de Santa Anita; este mercado mayorista tiene la finalidad de abastecer productos agrícolas a los demás mercados; de manera ordena y satisfaciendo la distribución de productos.

El mercado mayorista ubicado en la cuadra 2 de la Av. Aviación, distrito de La Victoria, siendo su propietario la Municipalidad Metropolitana de Lima; fue reubicado en Santa Anita ; para que el mercado mayorista de Lima pueda mejorar la distribución y abastecimiento de productos a los mercados minoristas de Lima.

GRAFICO N° 3

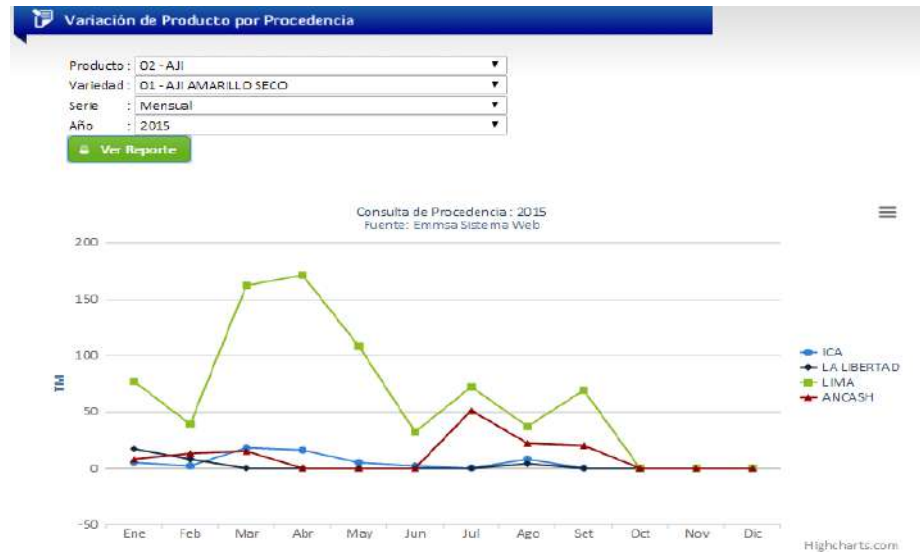
<http://www.emmsa.com.pe>



Variación de abastecimiento del ají limo por su procedencia

GRAFICO N° 4

<http://www.emmsa.com.pe>



Variación de abastecimiento del ají amarillo seco por su procedencia

GRAFICO N° 5

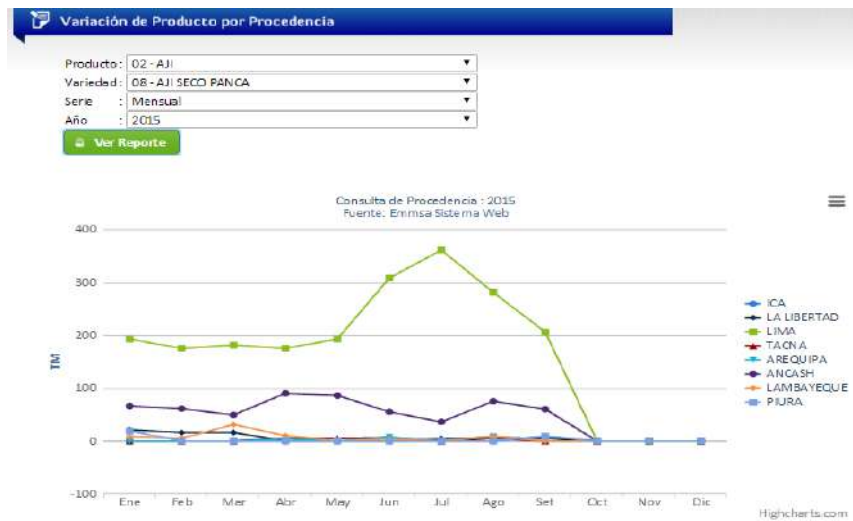
<http://www.emmsa.com.pe>



Variación de abastecimiento del ají rocoto por su procedencia

GRAFICO N° 6

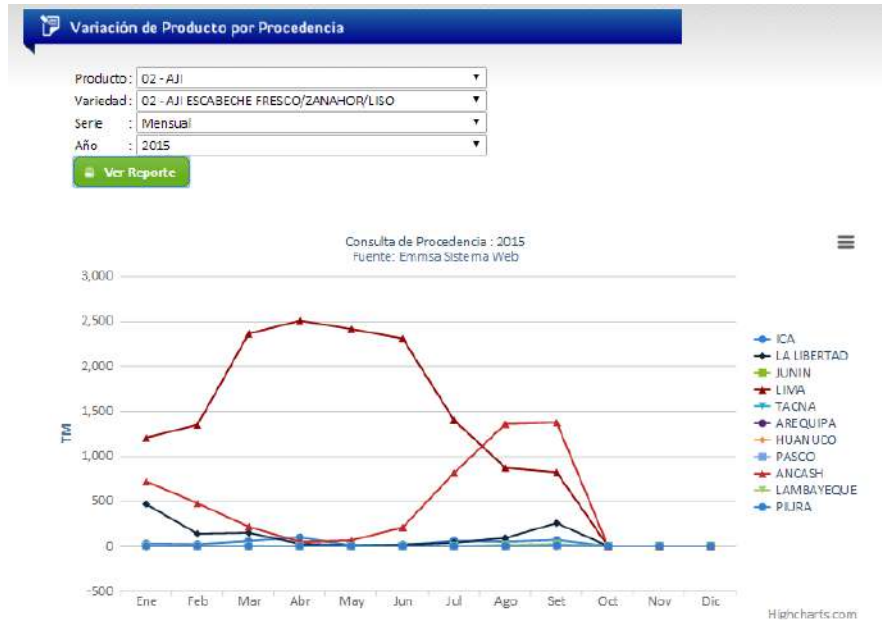
<http://www.emmsa.com.pe>



Variación de abastecimiento del ají panca seco por su procedencia

GRAFICO N° 7

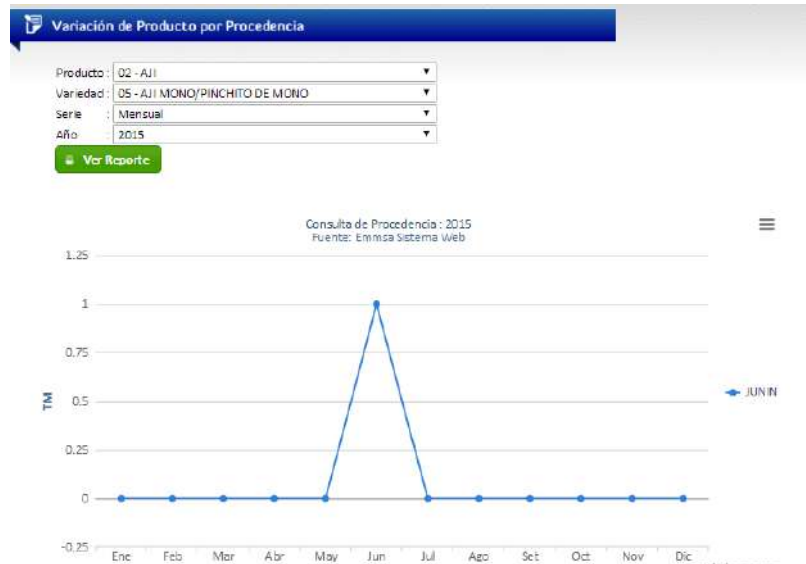
<http://www.emmsa.com.pe>



Variación de abastecimiento del ají escabeche por su procedencia

GRAFICO N° 8

<http://www.emmsa.com.pe>



Variación de abastecimiento del ají mono por su procedencia

TABLA N° 40

<http://www.emmsa.com.pe>

Producto	Variedad	Precios x Kg en S/.		
		Precio Min.	Precio Max.	Precio Prom.
AJI	AJI AMARILLO SECO	15.00	16.00	15.50
AJI	AJI ESCABECHE FRESCO/ZANAHOR/LISO	2.50	3.00	2.75
AJI	AJI MONTANA/CHANCHAMAYO(COSTA/SELVA)	1.00	1.50	1.25
AJI	AJI SECO PANCA	8.00	9.00	8.50
AJI	AJI ROCOTO (COSTA/SIERRA/SELVA)	1.11	1.67	1.39
AJI	PAPRIKA	7.50	8.50	8.00

Mostrando 1 hasta 6 de 6 registros

[Copiar](#) [CSV](#) [Excel](#) [PDF](#) [Imprimir](#)

Precio del ají del día 28 de Octubre del 2015

TABLA N° 41

<http://www.emmsa.com.pe>

[Copiar](#) [CSV](#) [Excel](#) [PDF](#) [Imprimir](#)

Buscar:

Producto	Variedad	Volumen (TM)
AJI	AJI SECO PANCA	6
AJI	AJI MONTANA/CHANCHAMAYO(COSTA/SELVA)	2
AJI	AJI ROCOTO (COSTA/SIERRA/SELVA)	94
AJI	AJI ESCABECHE FRESCO/ZANAHOR/LISO	49

Mostrando 1 hasta 4 de 4 registros

[Copiar](#) [CSV](#) [Excel](#) [PDF](#) [Imprimir](#)

Total Volumen : 151

Volumen del ají del día 28 de Octubre del 2015

2.3. Definición de términos básicos

- **Ají**

El ají o también llamado Capsicum científicamente; es un fruto picante muy característico en el Perú; porque al mencionar la palabra ají , nos remontamos a tiempos prehispánicos, por el uso de este ; y actualmente sigue siendo de gran importancia en nuestra gastronomía peruana.

- **Variedades**

Al hablar de variedades hago referencia a la propiedad de aquellas cosas desiguales, que tienen varias ramas dispersas, que hace diferencias a un producto, insumo ,etc ; ya sea por característica de este.

- **Comercialización**

Es la acción de poner en venta un producto y recibir a cambio de ello dinero; además se establece diferentes canales de distribución. También se debe tener en cuenta que para que exista la comercialización debe existir un mercado.

- **Mercado**

Es un lugar ya sea público o privado en donde se establece una relación entre la oferta y la demanda; a cambio de un producto o un bien.

- **Consumo**

Es la acción y consecuencia de consumir un producto o servicio; para un fin determinado.

- **Factores**

Son elementos que causan un suceso determinado.

- **Abastecimiento**

Es la acción de proveer algún producto determinado para un fin, que puede ser la comercialización de un producto.

- **Mayorista**

Es la empresa o persona que compra en grandes cantidades productos a uno o varios proveedores; vendiendo los productos a bajos precios y abasteciendo a los minoristas.

CAPITULO III

PRESENTACIÓN, ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Se aplicó la técnica de la encuesta para 23 vendedores de ajíes y 34 compradores de ajíes del pabellón “A” del Gran mercado mayorista de Lima ubicado en el distrito de Santa Anita en la Avenida La Cultura 808; en la provincia de Lima; efectuándose de la siguiente forma:

- Se localizó dentro del mercado, a través de un mapa que se encuentra en la entrada del mercado, el área de venta de ajíes que está ubicado en el pabellón “A”.
- Para la primera encuesta se presentó ante cada vendedor y se expuso el motivo de la encuesta, y se realizó las preguntas del cuestionario impreso en papel bond.
- Para la segunda encuesta se presentó ante cada comprador y se expuso el motivo de la encuesta, y se realizó las preguntas del cuestionario impreso en papel bond.

3.1. Análisis por dimensión

3.1.1. Vendedor del Gran mercado mayorista de Lima

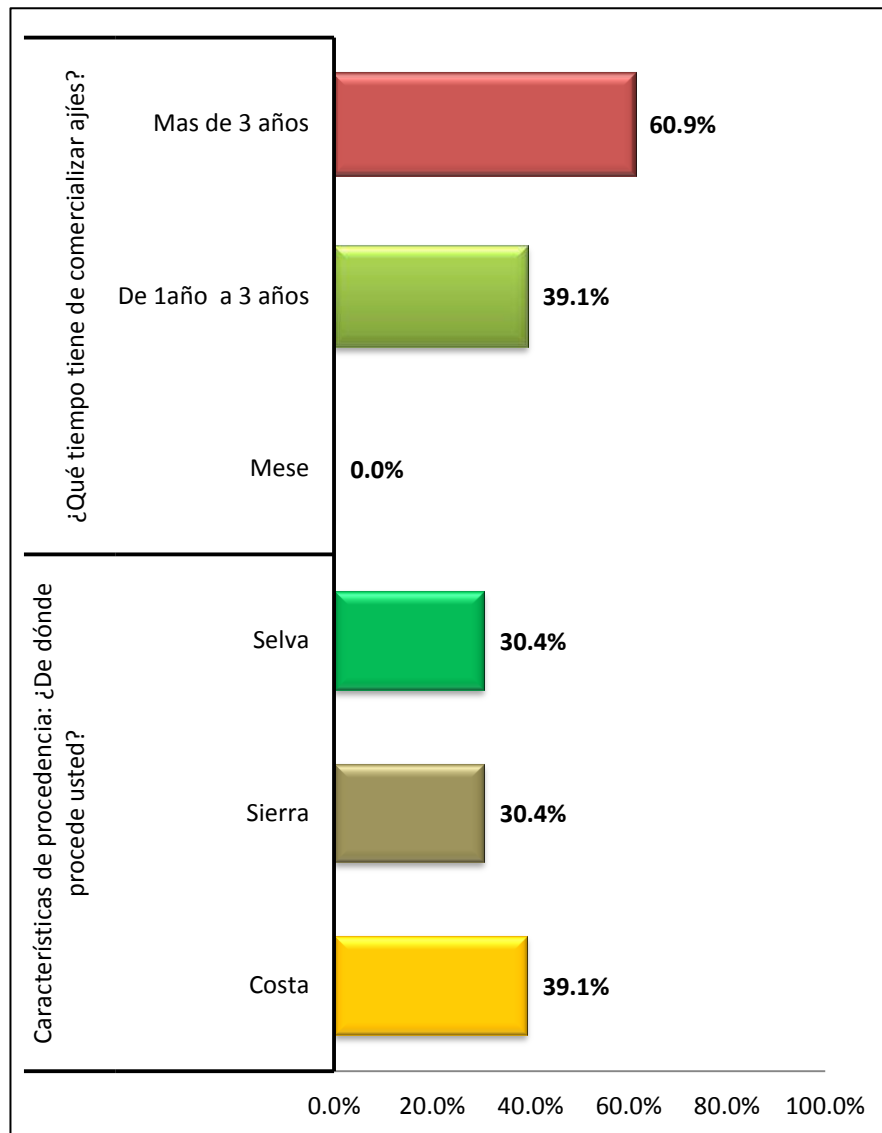
Este análisis de dimensión está referido a la encuesta que se hizo a los vendedores de ajíes del Gran mercado mayorista de Lima ubicado en el distrito de Santa Anita en la Avenida La Cultura 808; en la provincia de Lima.

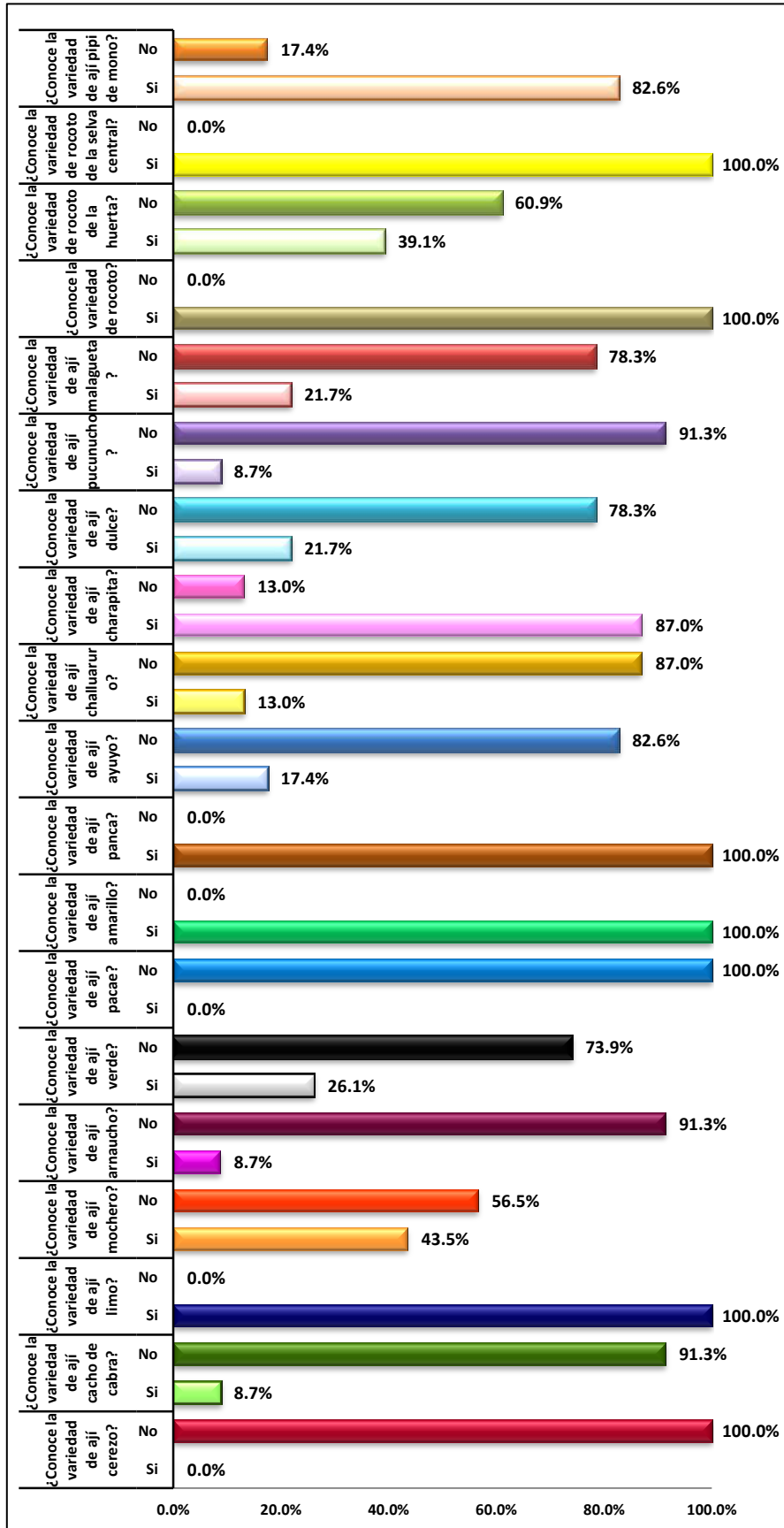
El cuestionario se aplicó a 23 vendedores de ajíes, que estaban distribuidos en el pabellón A del Gran mercado mayorista de Lima; a los cuales se les aplicó 11 preguntas cerradas, de tipo politómicas.

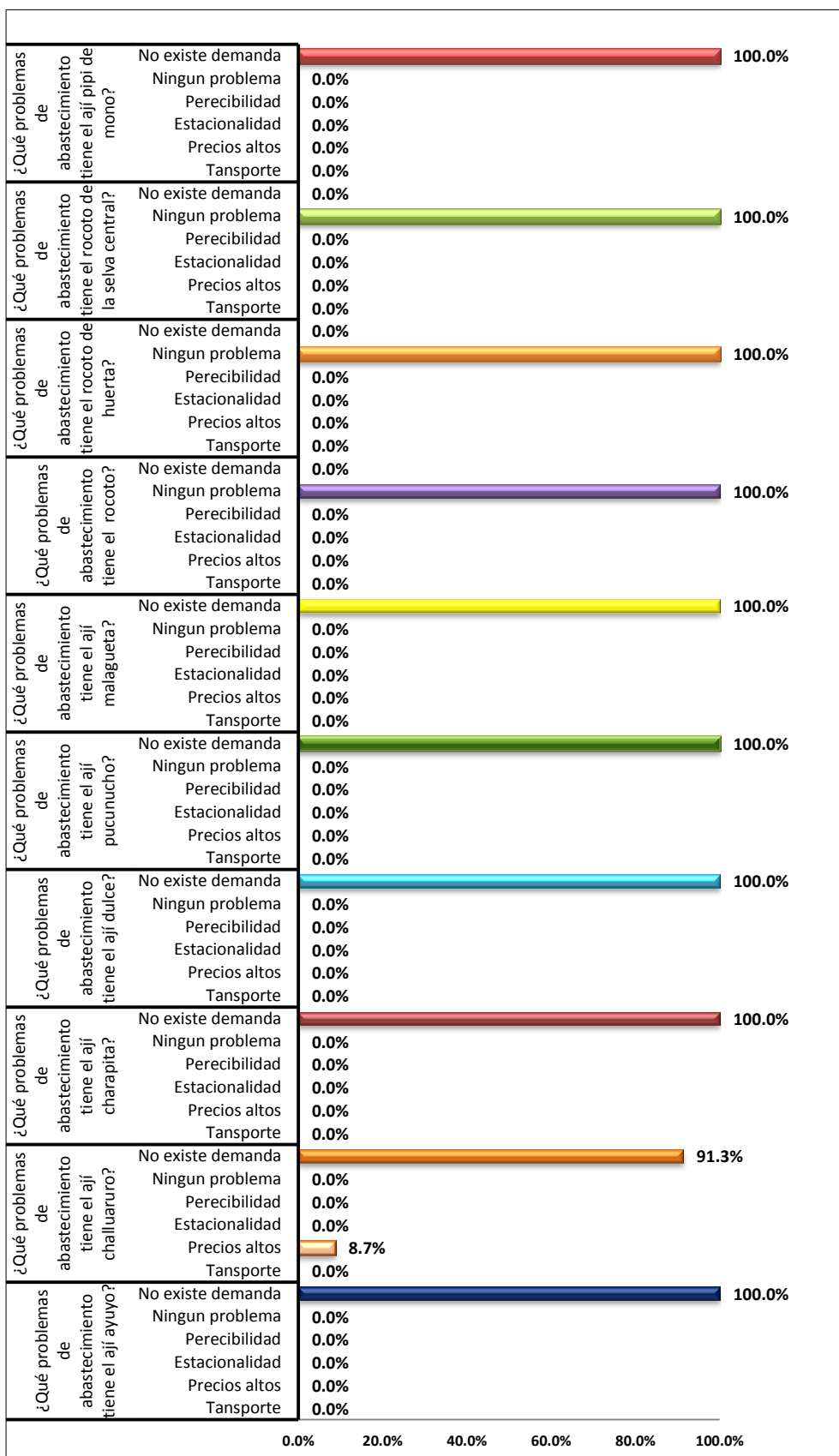
El programa de información para la evolución de los datos del cuestionario fue el programa IBM SPSS Statistics. Versión 23. Edición de 64 bits. Las variables de 11 preguntas ingresadas tuvieron valor nominal y ordinal, de donde se elaboraron análisis con tablas. Las cuales se trasladaron al programa Microsoft Excel 2010; para obtener los gráficos y de este modo poder analizar cada dimensión.

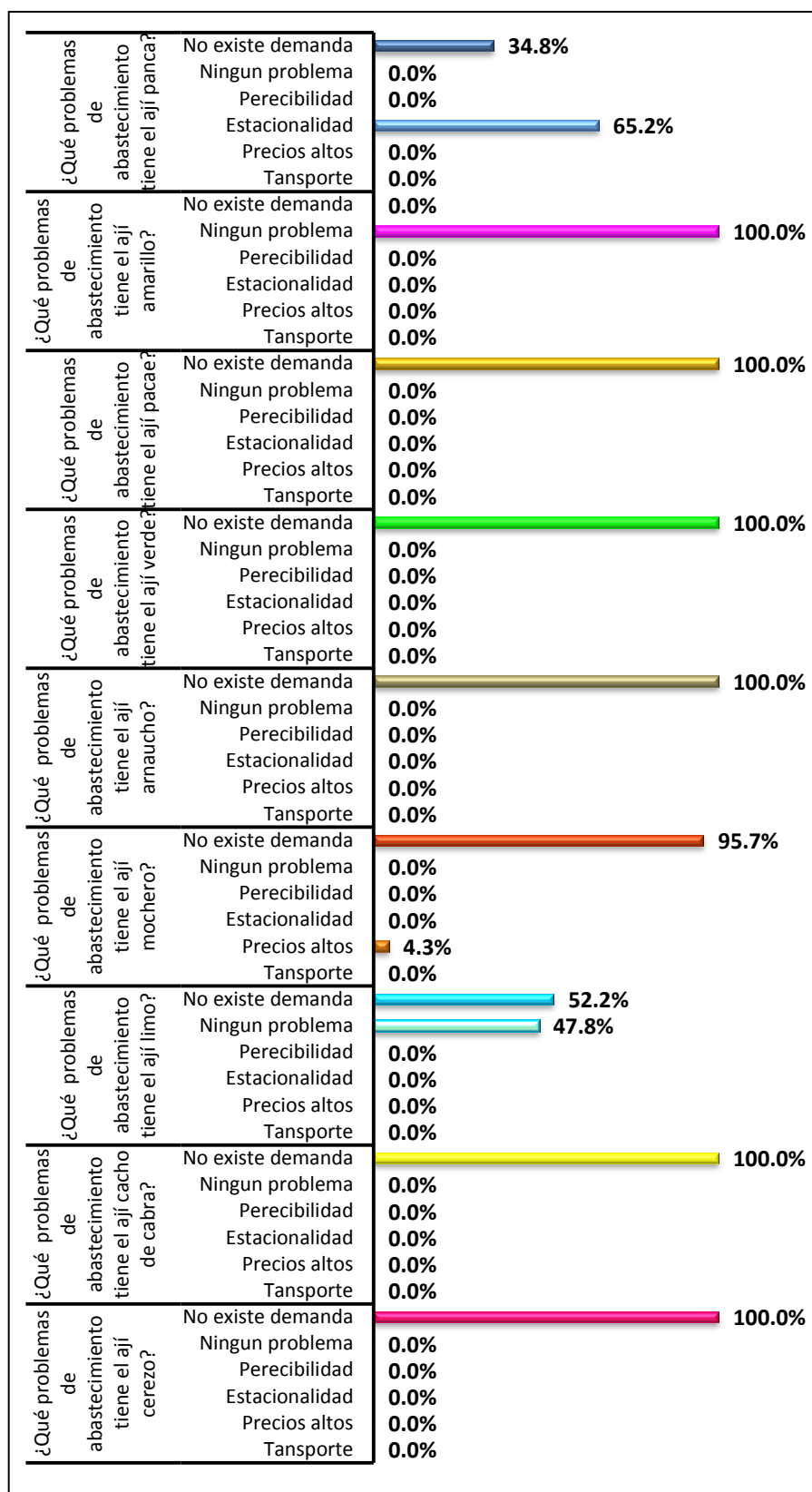
GRAFICO N° 9

GRADO DE DIFUSIÓN O DE CONOCIMIENTO DE LAS VARIEDADES DE AJÍES NATIVOS DE LA SIERRA, COSTA Y SELVA









Se aplicó la encuesta a 23 vendedores del Gran mercado mayorista de Lima y dio como resultado en la dimensión de difusión o de conocimiento de las variedades de ajíes de nativos de la Sierra, Costa y Selva; los siguientes resultados.

Se pudo saber que la mayoría de los vendedores con un 39.1% procedía de la región Costa, seguidos de la región de la Sierra y Selva con un 30.4%. Lo cual da indicar que la mayoría de los vendedores proceden de la Costa,

Una de las características que se pudo saber es que los vendedores en la mayoría (60.9%) tiene vendiendo ajíes más de 3 años, seguidos de algunos vendedores (39.1%) que tienen vendiendo alrededor de 1 año a 3 años.

Los vendedores de ajíes del Gran mercado mayorista son personas que tienen experiencia comercializando este producto, que conocen los gustos de los consumidores referentes a este producto, ya que cabe resaltar que las personas que fueron encuestadas solo se dedican a la venta de ajíes.

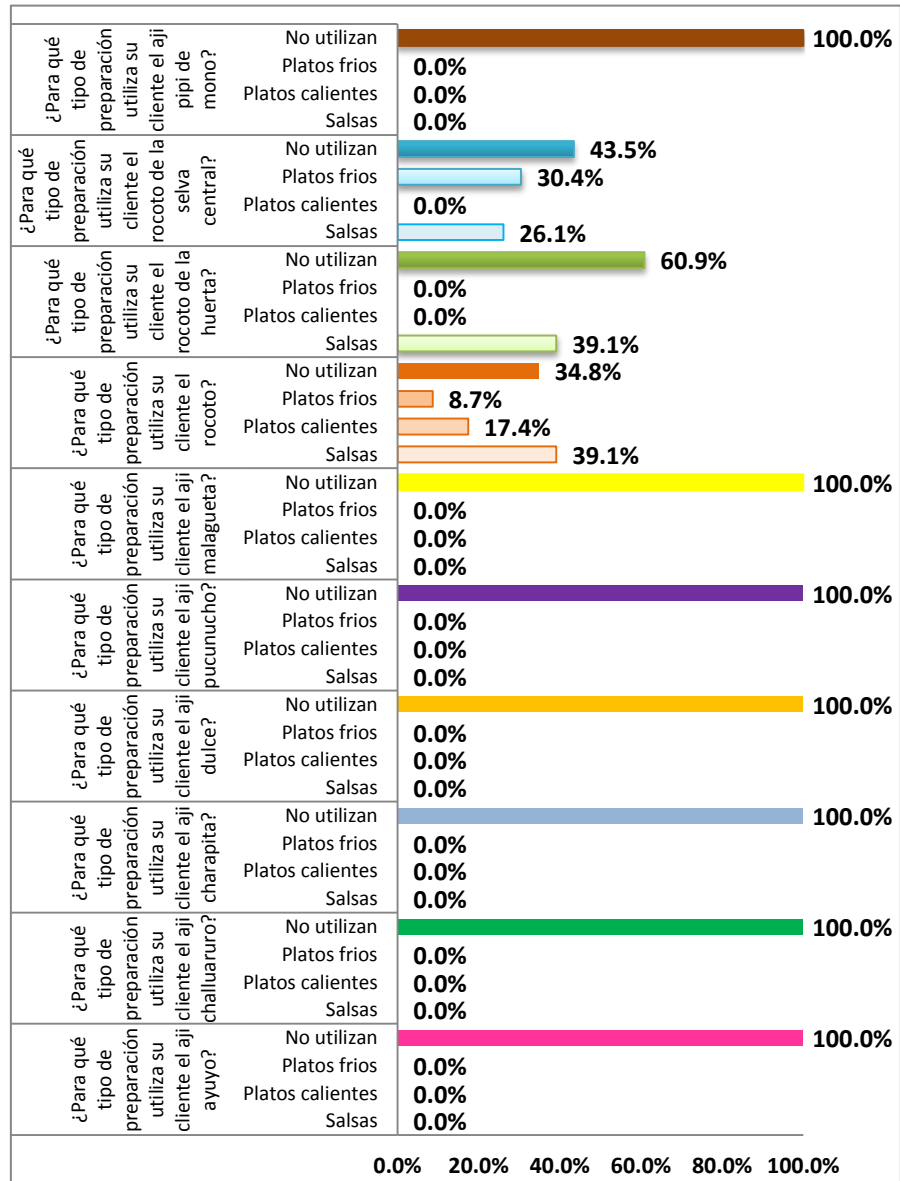
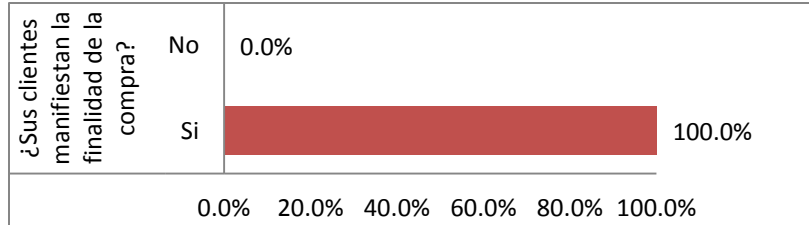
En cuanto al conocimiento de las variedades de ajíes nativos por parte de los vendedores se pudo saber que la mayoría con un sólido 100% conocen el aji amarillo, ají panca, ají limo, rocoto, rocoto de la selva central que es muy comercializado en este Gran mercado mayorista de Lima, pero también se pudo saber por una parte de los vendedores que conocen otras variedades de ajies como el ají pipi de mono, ají challaruro, ají charapita, ají mochero, ají ayuyo, ají dulce; pero el conocimiento es muy poco sobre estos ajíes, en conclusión los vendedores conocen algunos ajíes nativos , pero la mayoría desconocen de ellos.

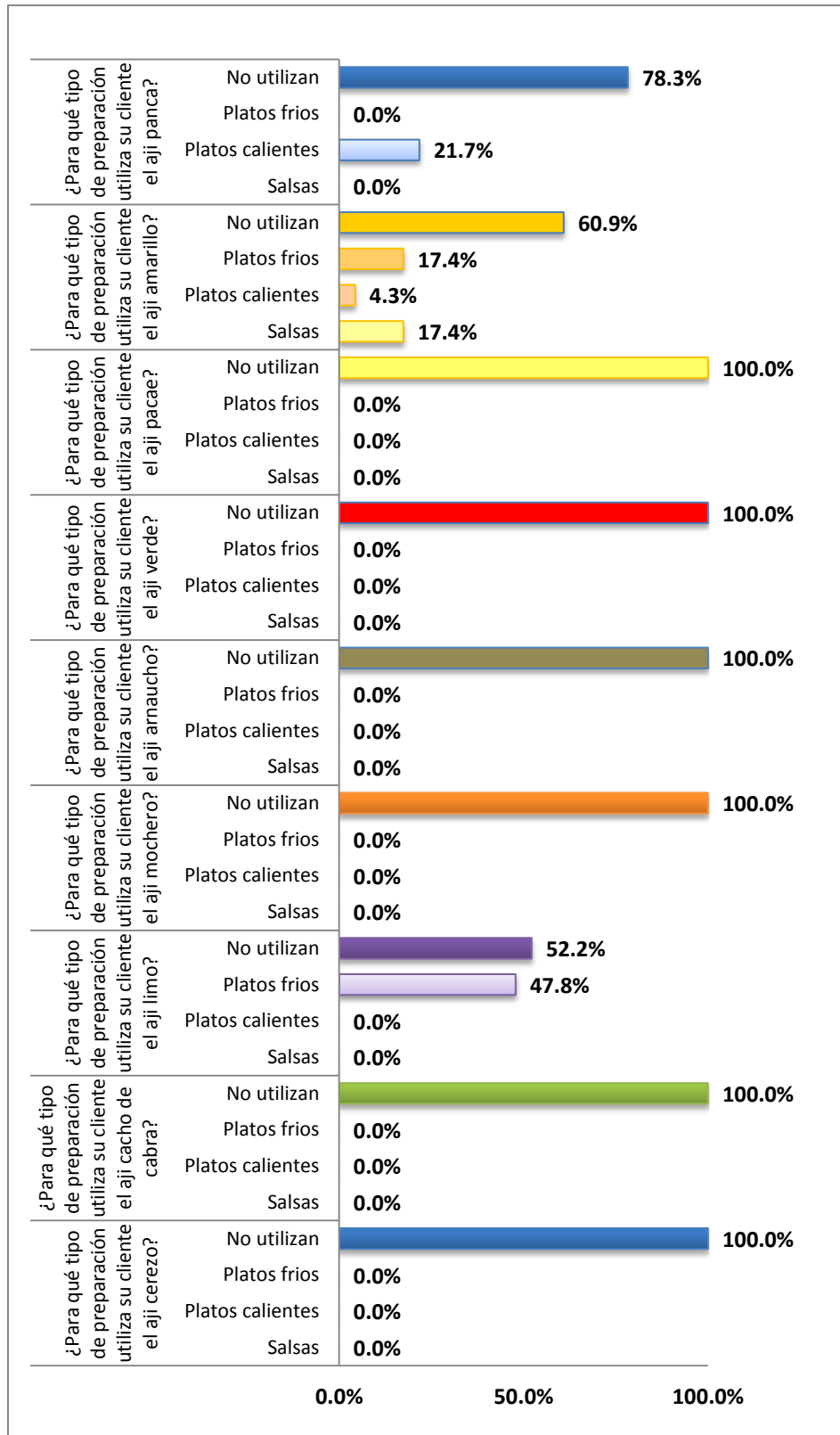
En cuanto a la comercialización de las variedades de ajíes nativos se pudo saber que la mayoría con un sólido 100% venden el ají amarillo, rocoto, rocoto de la huerta y rocoto de la selva central que es muy comercializado en este Gran mercado mayorista de Lima, pero sin embargo el ají limo es muy comercializado a pesar del 47.8% que indica que no tienen ningún problema, esto se debe que dicha cantidad mencionada se dedica a la venta de ají limo. En el caso del ají panca los vendedores que indicaron que no existe demanda que es un 34.8% que no se dedican a vender este tipo de ají; ya que en este Gran mercado mayorista está dividido por pabellones, y el pabellón "A" se dedica exclusivamente a la venta de ajíes, en el cual se encuentra diferentes vendedores que comercializan variedades de ajíes.

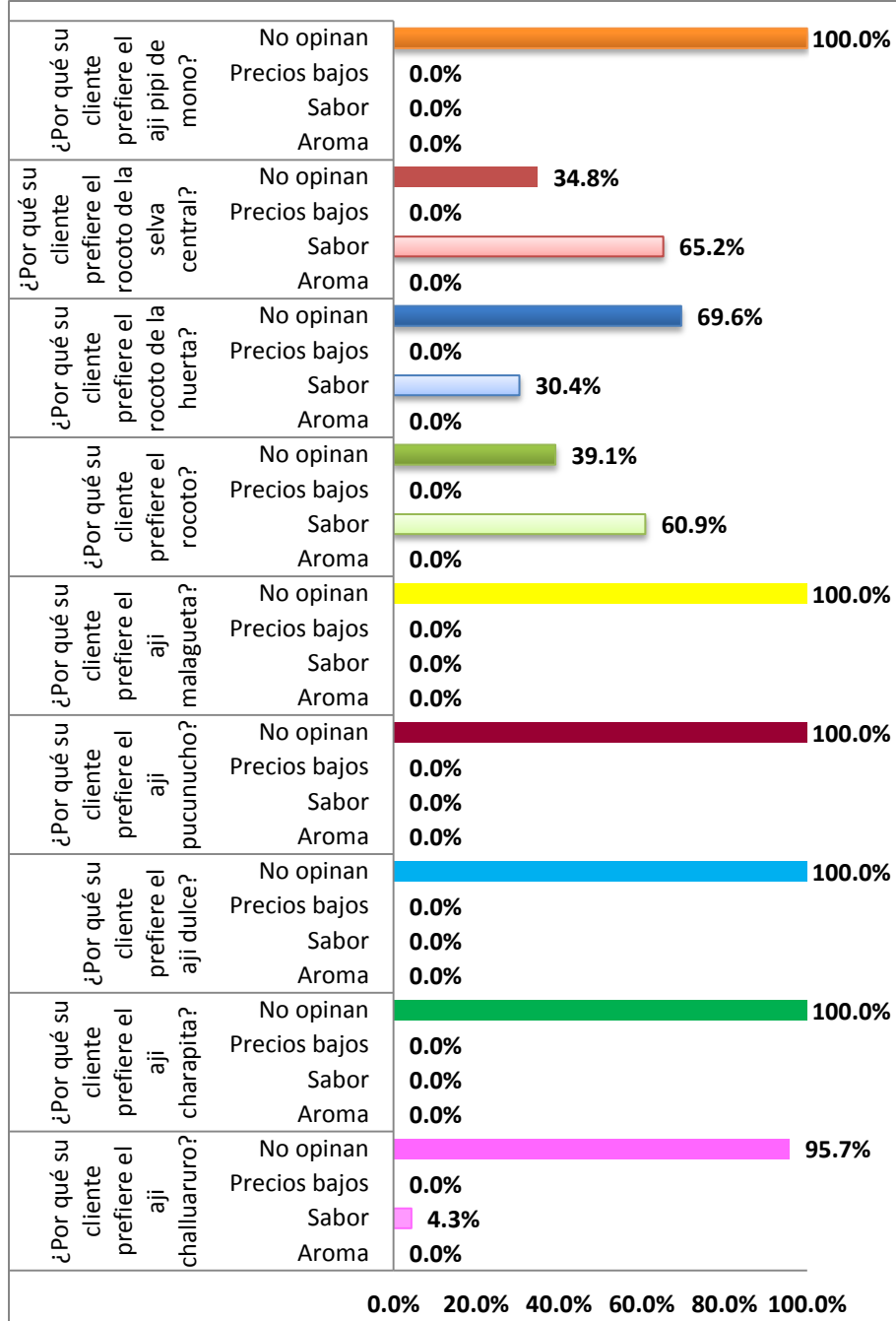
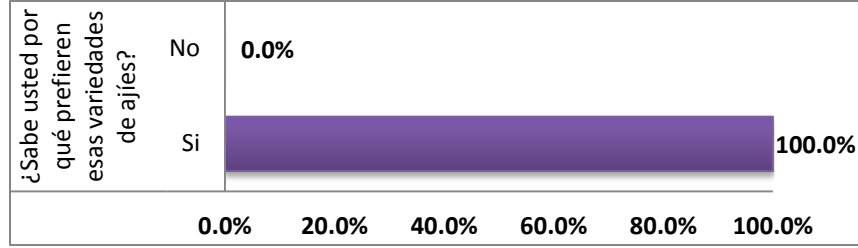
Sin embargo existe variedades de ajíes que no son comercializadas por la falta de demanda como el ají pipi de mono, ají malagueta, ají pucunucho, ají dulce, ají ayuyo, ají paca, ají verde, ají arnaucho, ají cacho de cabra; estos ajíes mencionados no existe ningún tipo de demanda; pero en cambio del ají mochero existe una demanda mínima de un 4.3%, lo cual no es atendida por parte de los comerciantes, ya que en algunas ocasiones manifestaron que traer ajíes con una demanda pequeña les ocasionaban perdidas; otra variedad de ají que comercializan poco es el ají challuaruro ya que a pesar que existe un 8.7% que demanda este ají, esta variedad es difícil de encontrar para los vendedores y además su valor es alto, por esta razón pocas veces pueden traer este tipo de ají. En el caso del ají charapita un vendedor indico que no considera que exista demanda , ya que una vez trajo un poco de aji charapita y solo compraron dos personas en una semana, por esa razón no ha vuelto a traer esta variedad ya que no existe demanda.

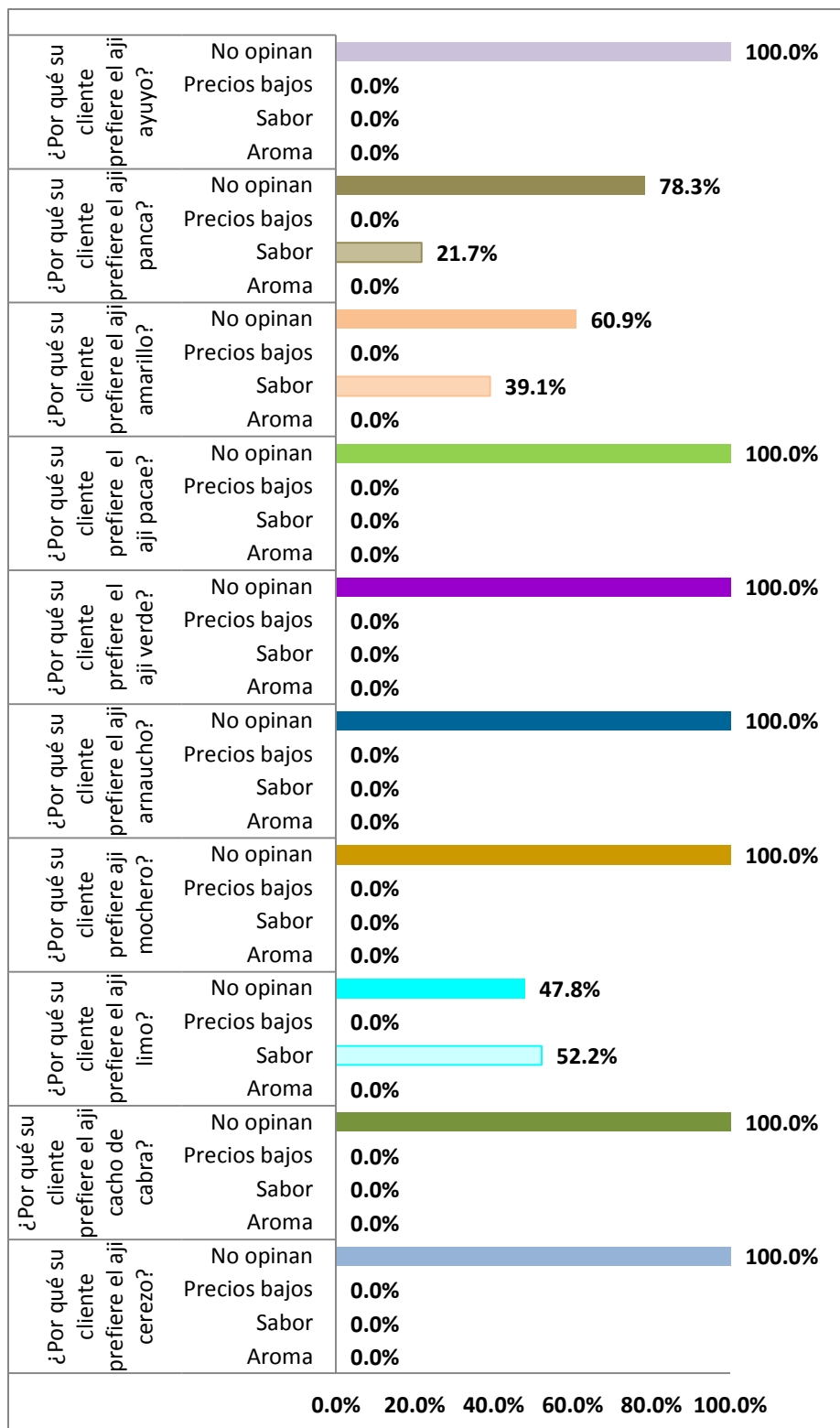
GRAFICO N° 10

UTILIZACIÓN DEL TIPO O VARIEDAD DE AJÍ EN PREPARACIÓN DE PLATOS









En la dimensión de la utilización del tipo o variedad de ají en la preparación de platos los vendedores manifestaron en su 100% que sus clientes le manifiestan la finalidad de sus compras

Entre las finalidades usan el ají limo para platos fríos como el ceviche, el ají amarillo para salsas, el rocoto de igual manera, el ají panca para salsas; pero las otras variedades de ajíes nativos no son comercializadas.

La mayoría de los consumidores prefieren el ají limo, ají amarillo, rocoto, ají panca, el rocoto de la Selva central; pero también hay consumidores que prefieren el ají challuaruro, pero en una mínima cantidad.

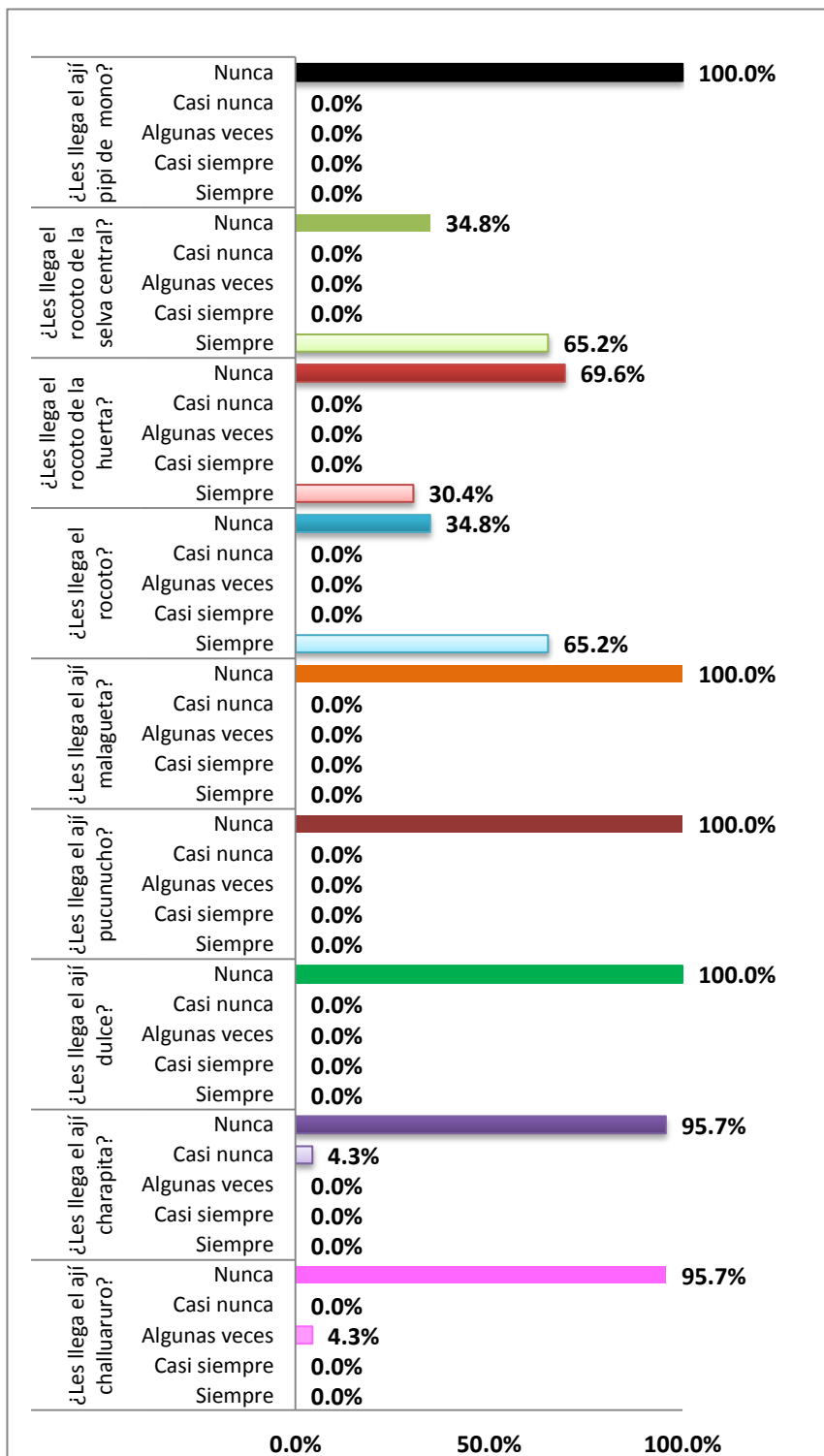
Cabe resaltar que las respuestas de los vendedores están de acuerdo a la variedad de ajíes que venden ellos, es por esa razón que la variedad de ají amarillos tiene poco porcentaje en preparaciones de platos, pero los vendedores que venden este tipo de ají indicaron que más se compra este ají para salsas y platos fríos.

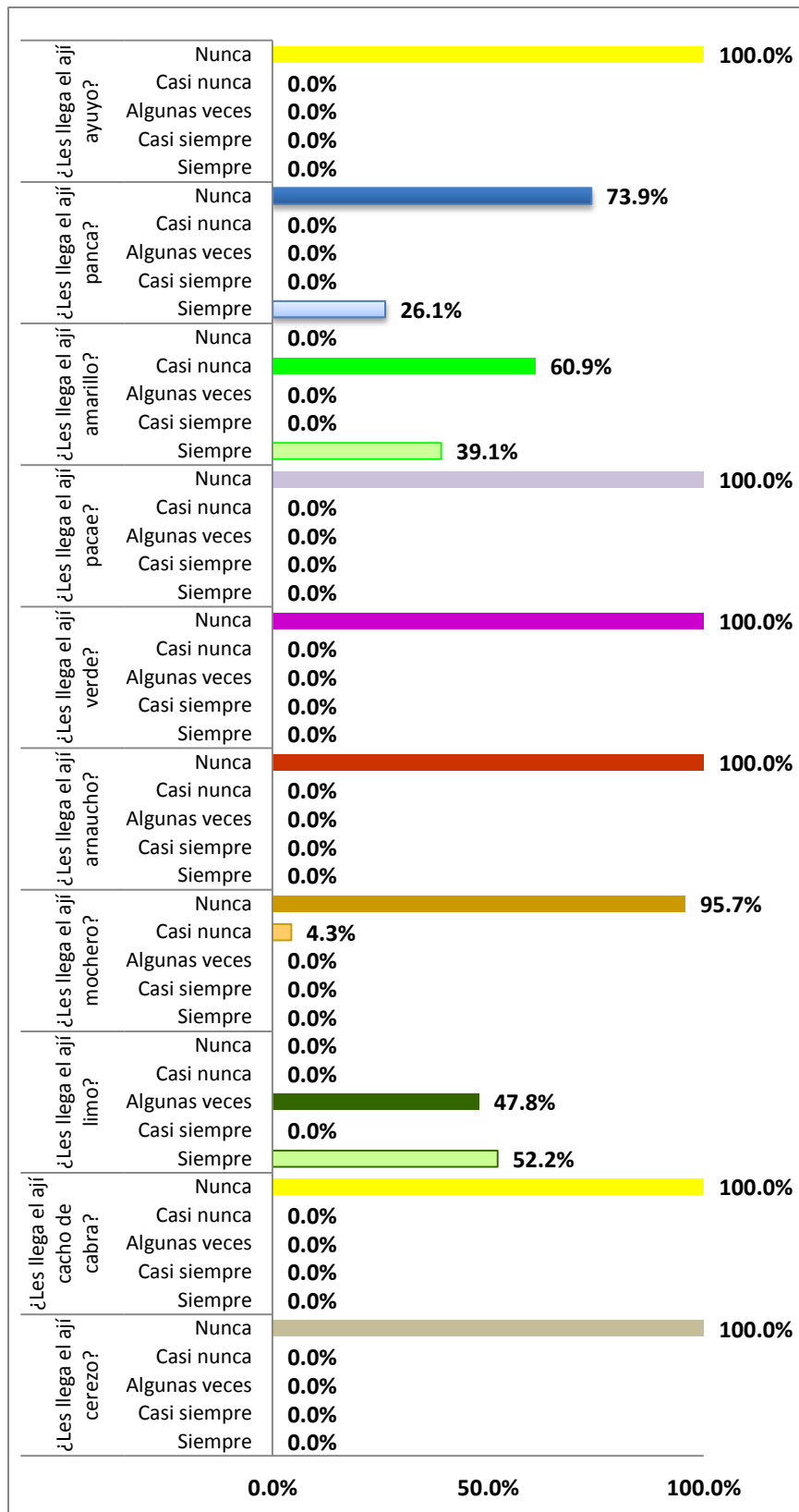
Respecto a las otras variedades de ajíes nativos mencionadas en el grafico 10 los vendedores no pudieron responder porque no venden esas variedades de ajíes y los consumidores no los demandan.

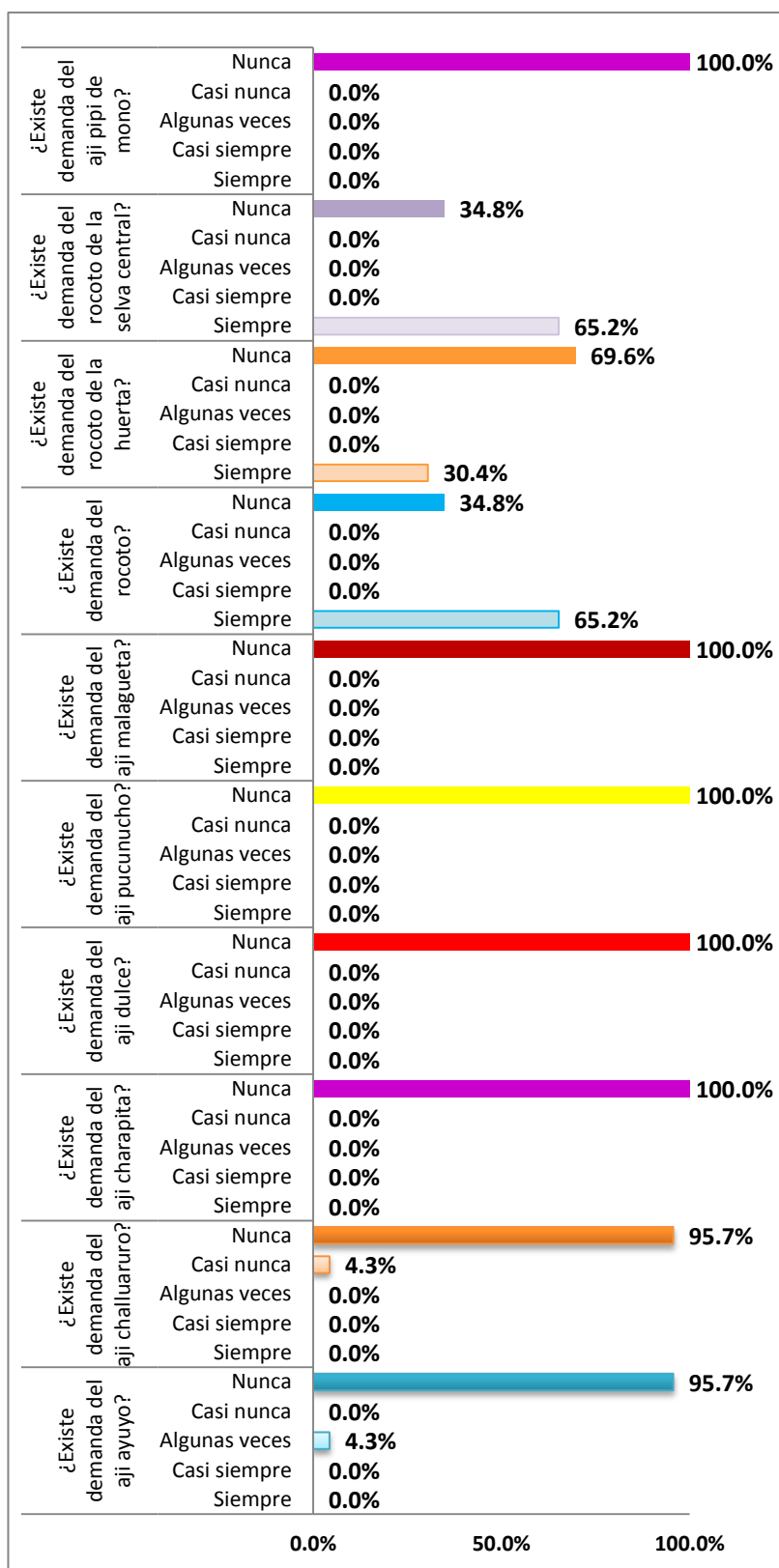
En el caso de preferencias el vendedor indico que el consumidor no se deja llevar por los precios, sino por el sabor que aporta a la comida.

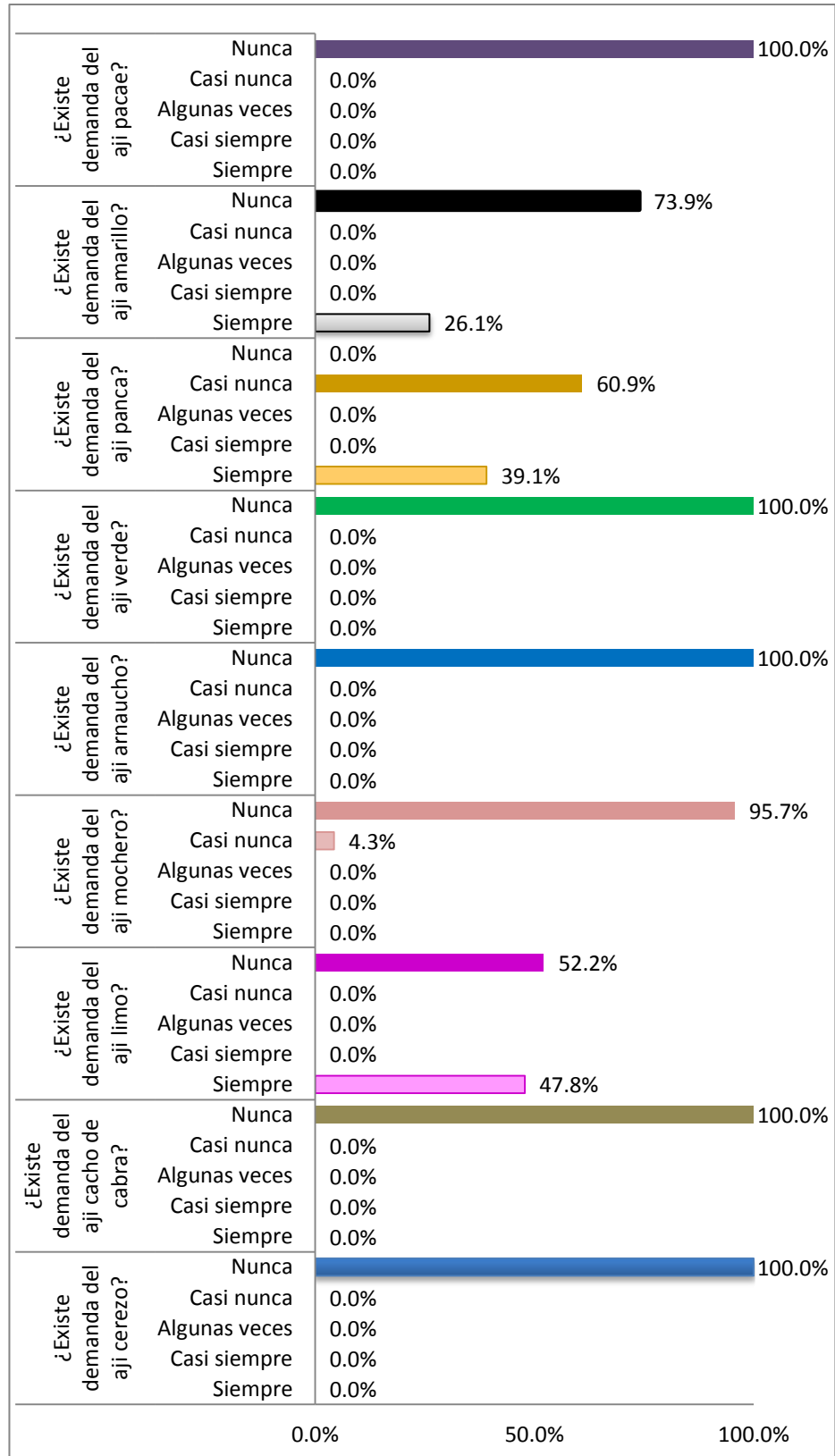
GRAFICO N° 11

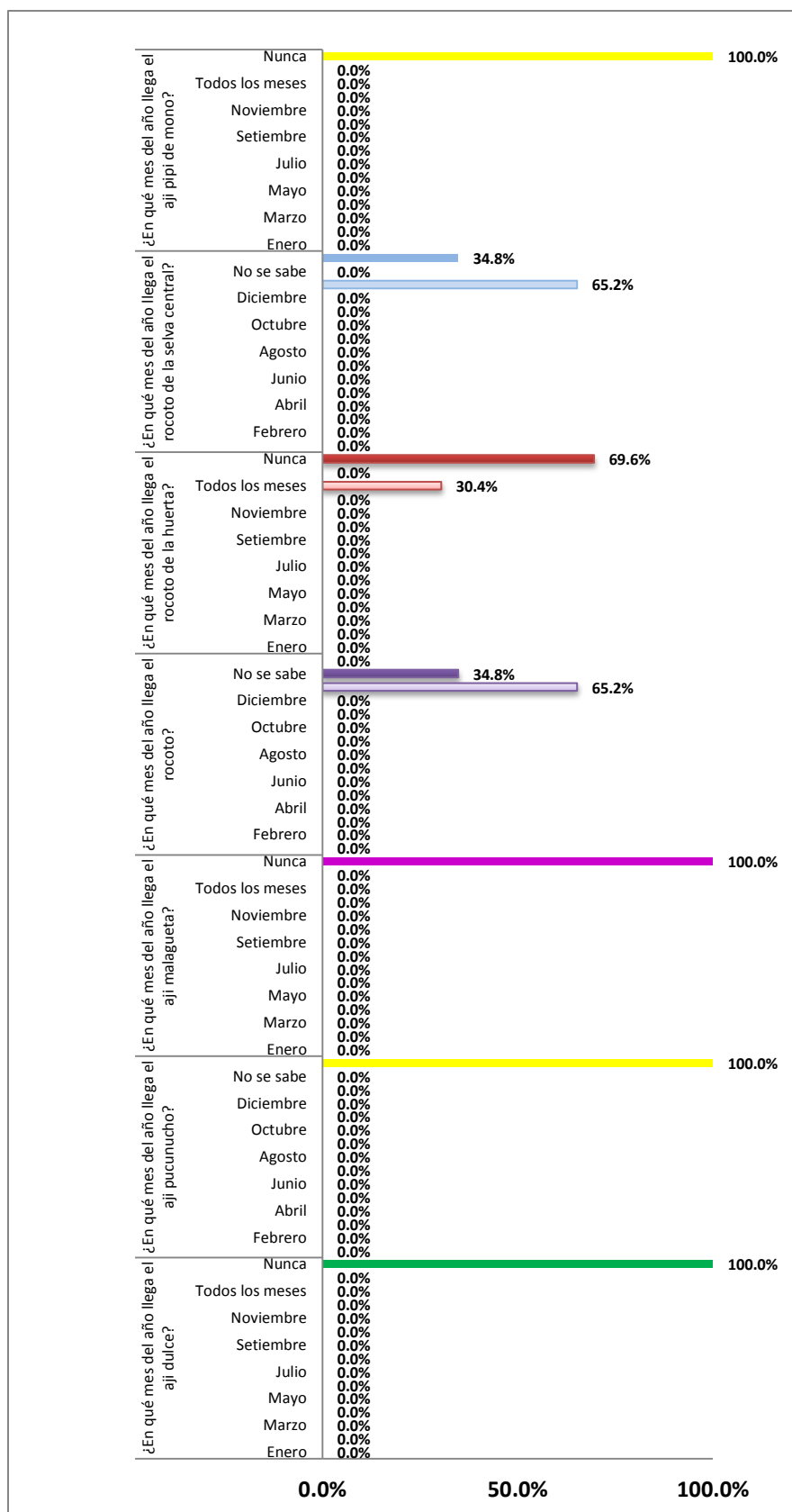
COMERCIALIZACIÓN

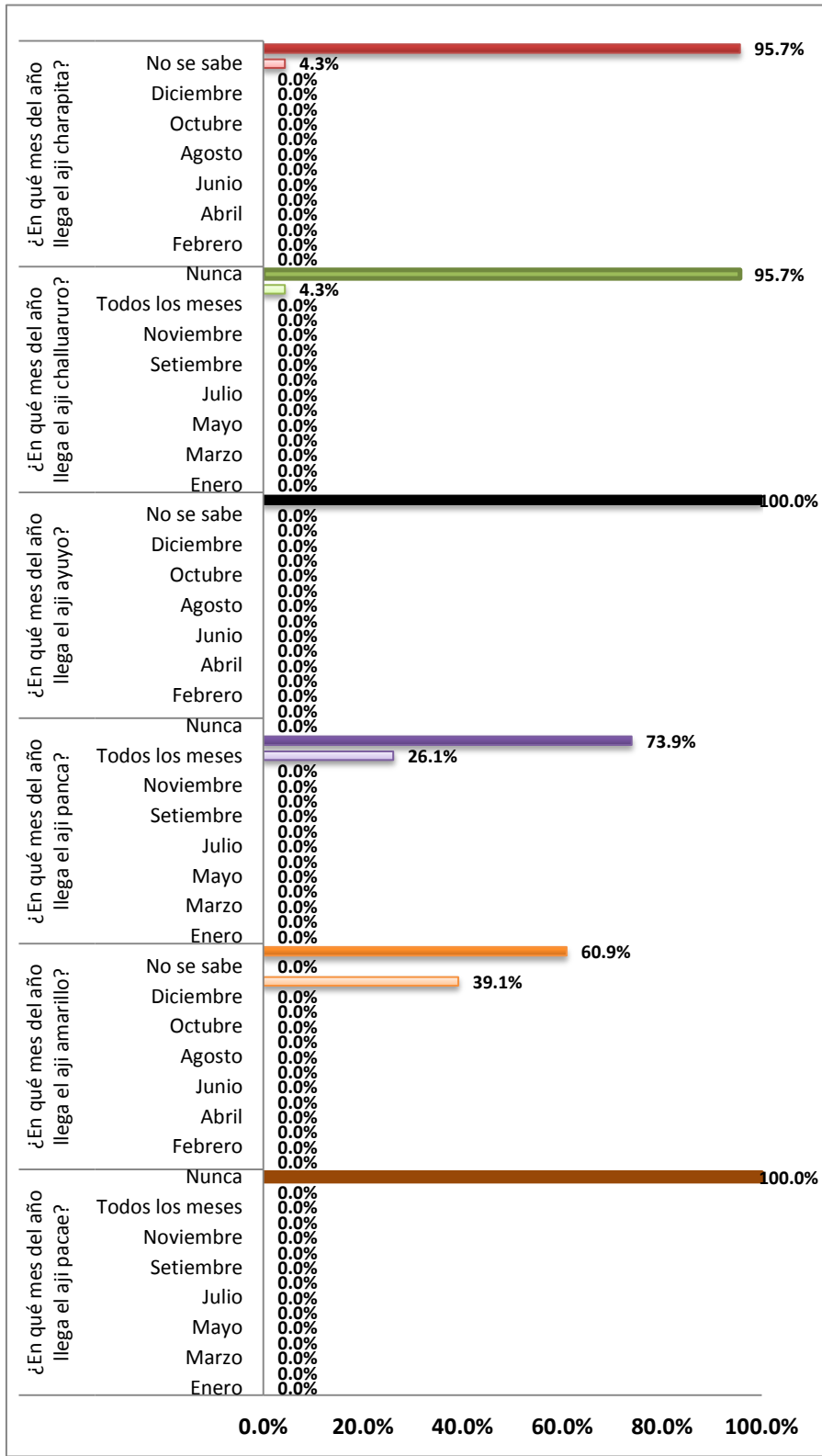


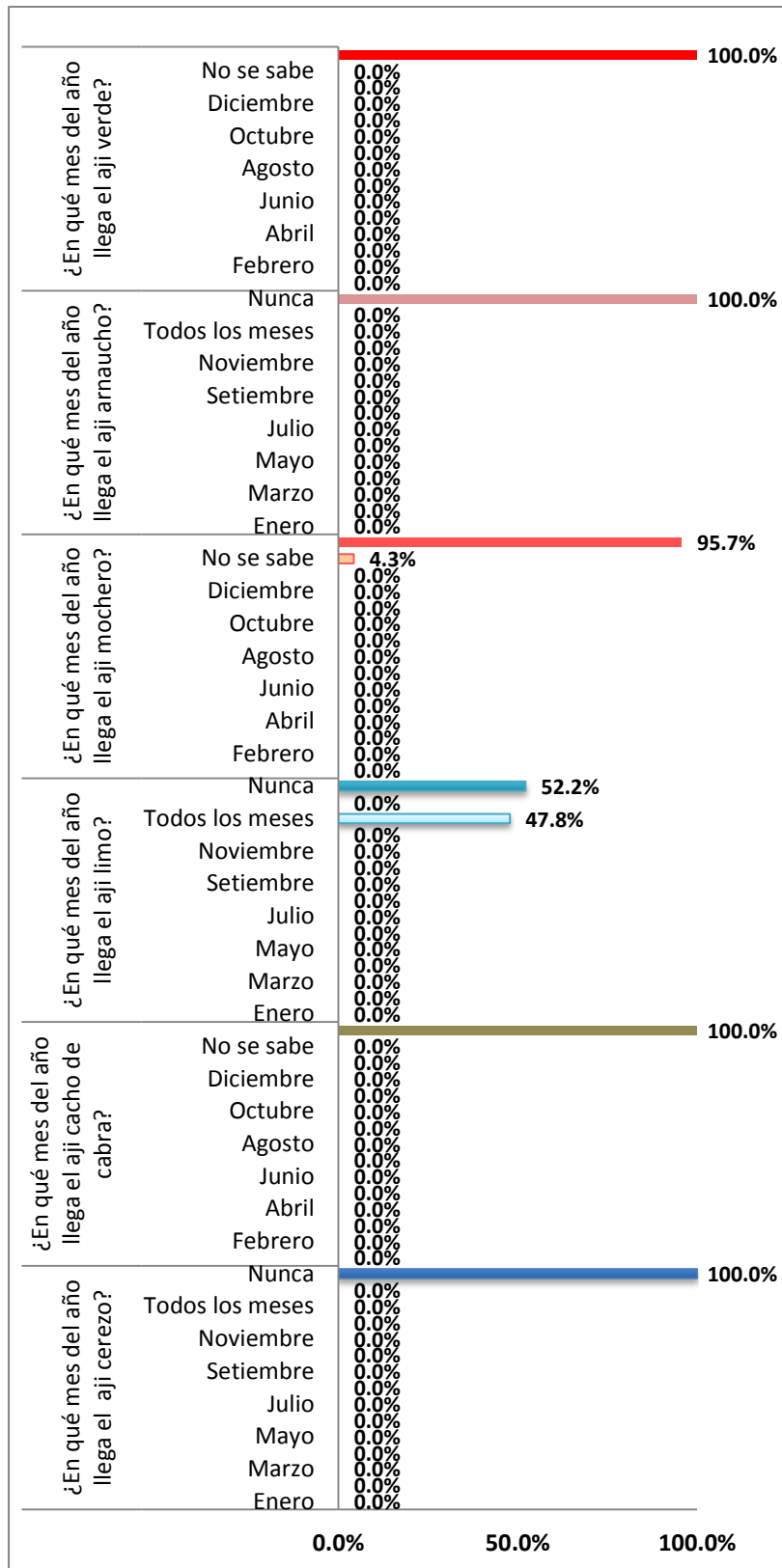


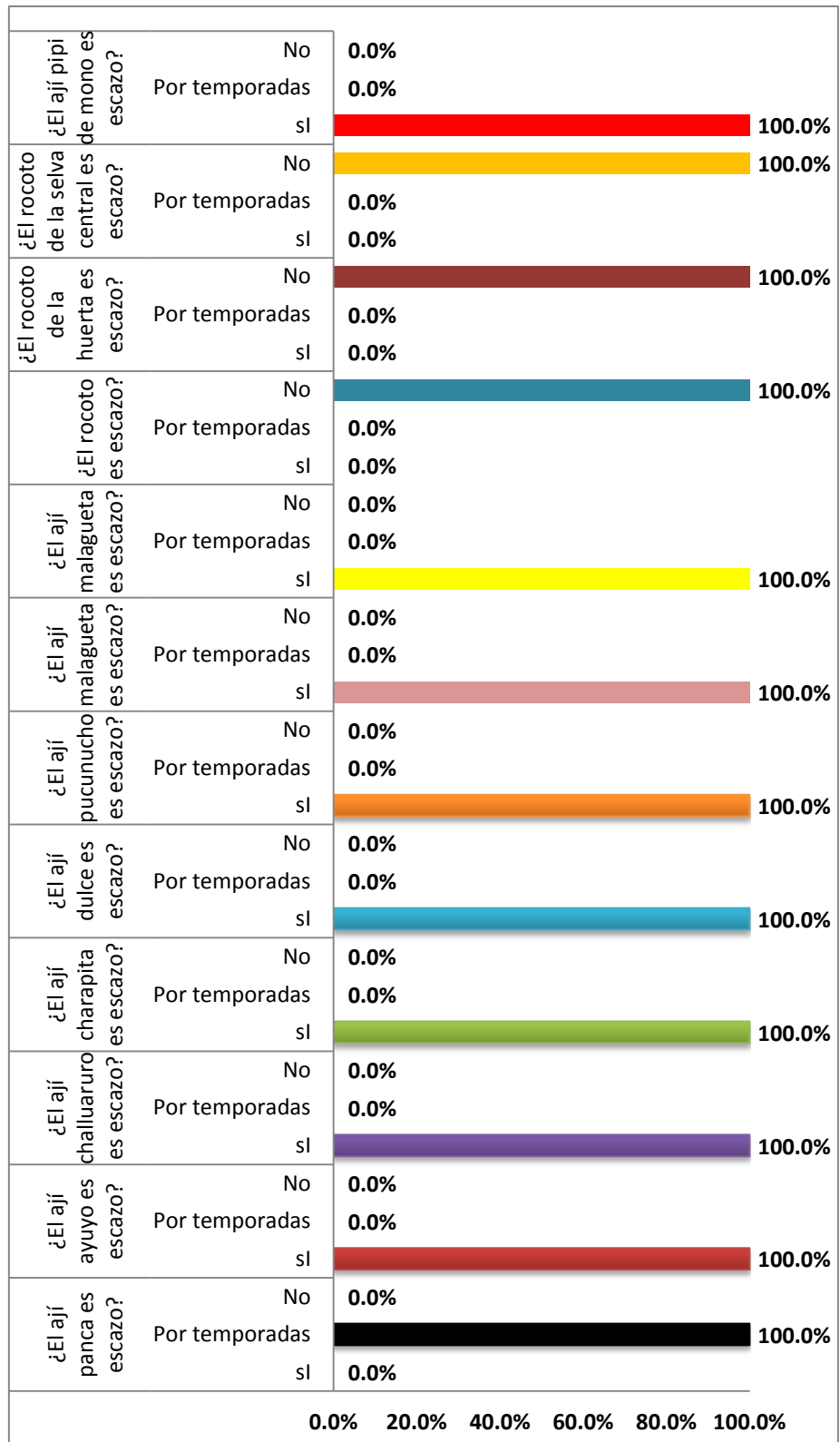


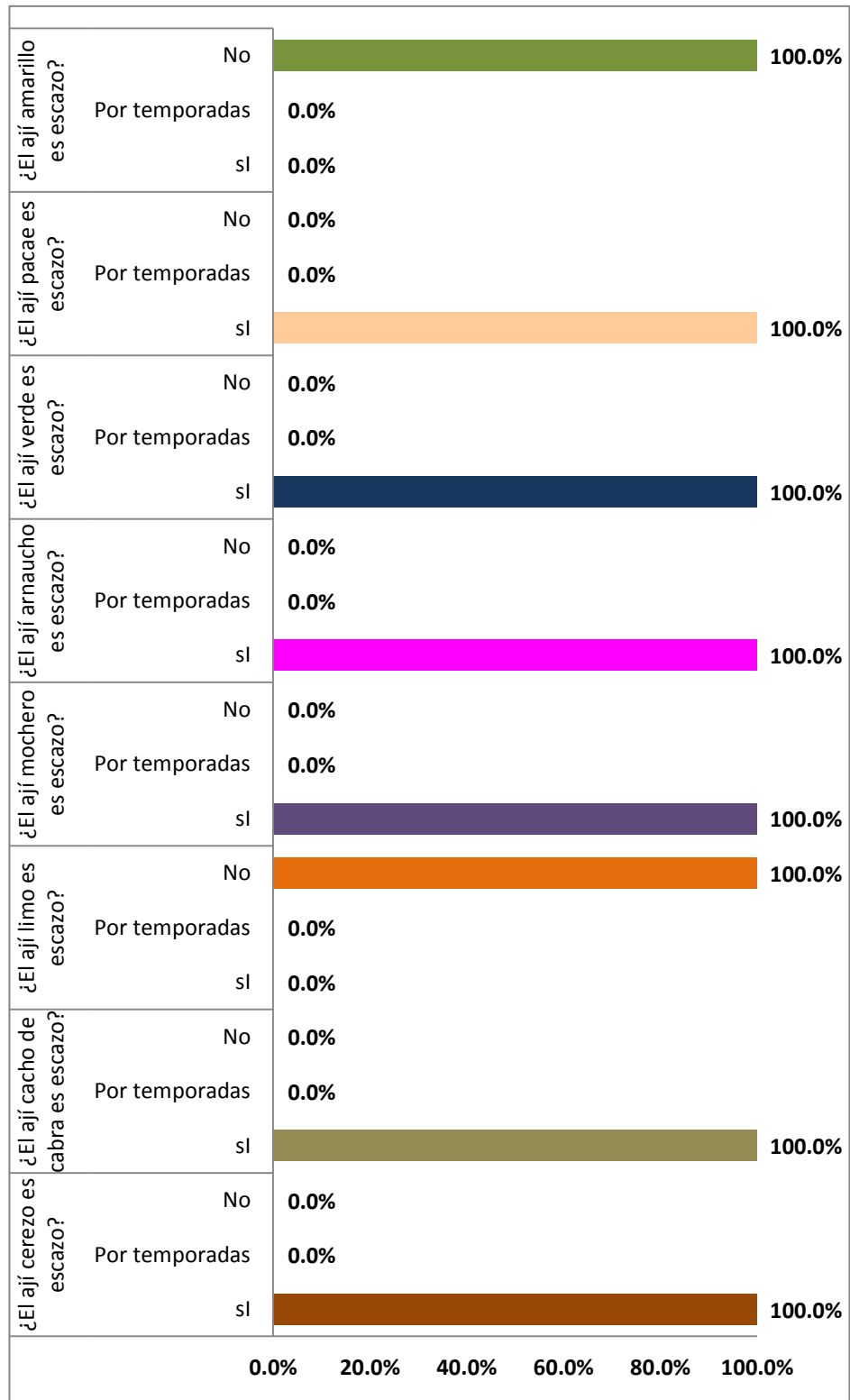


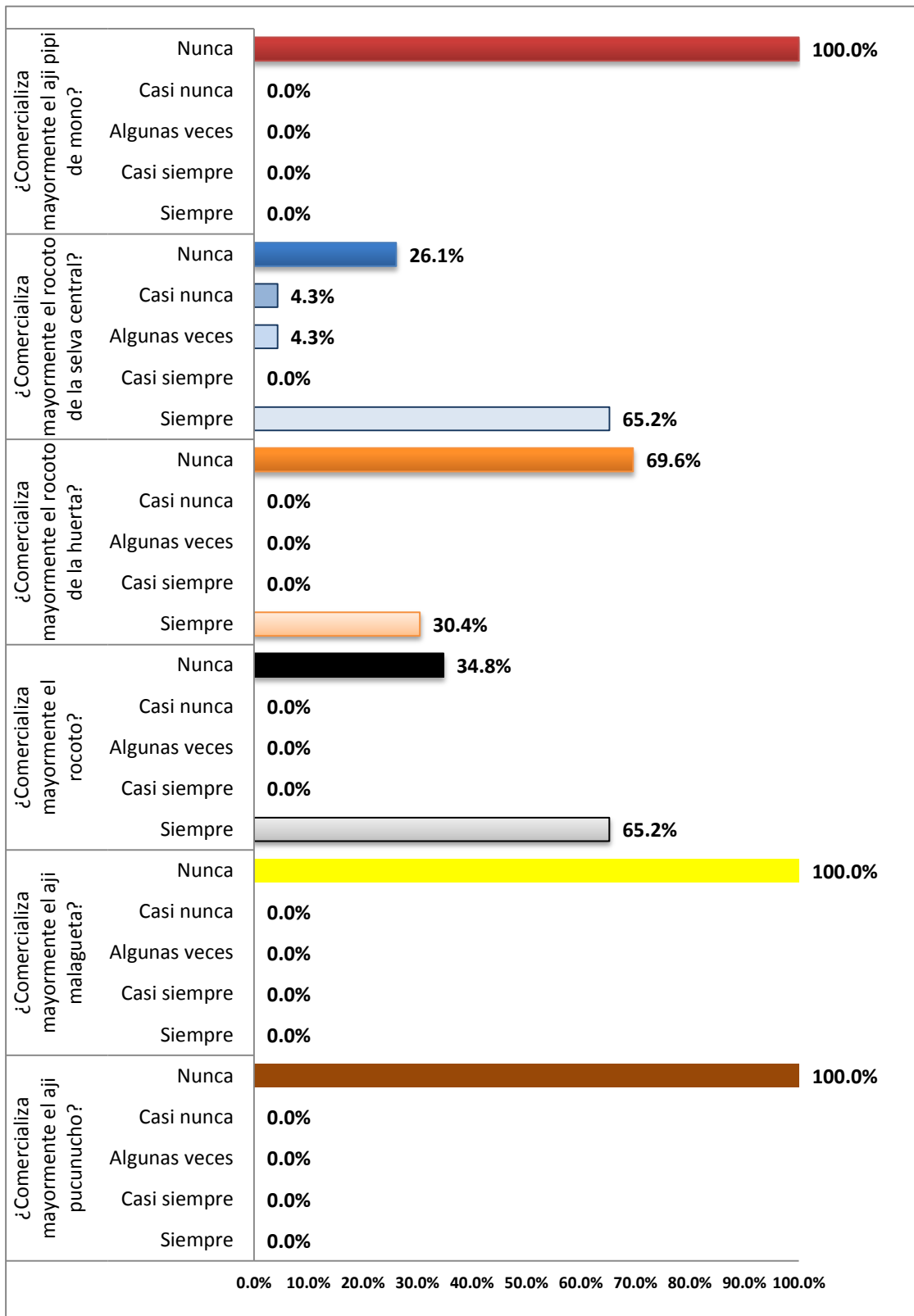


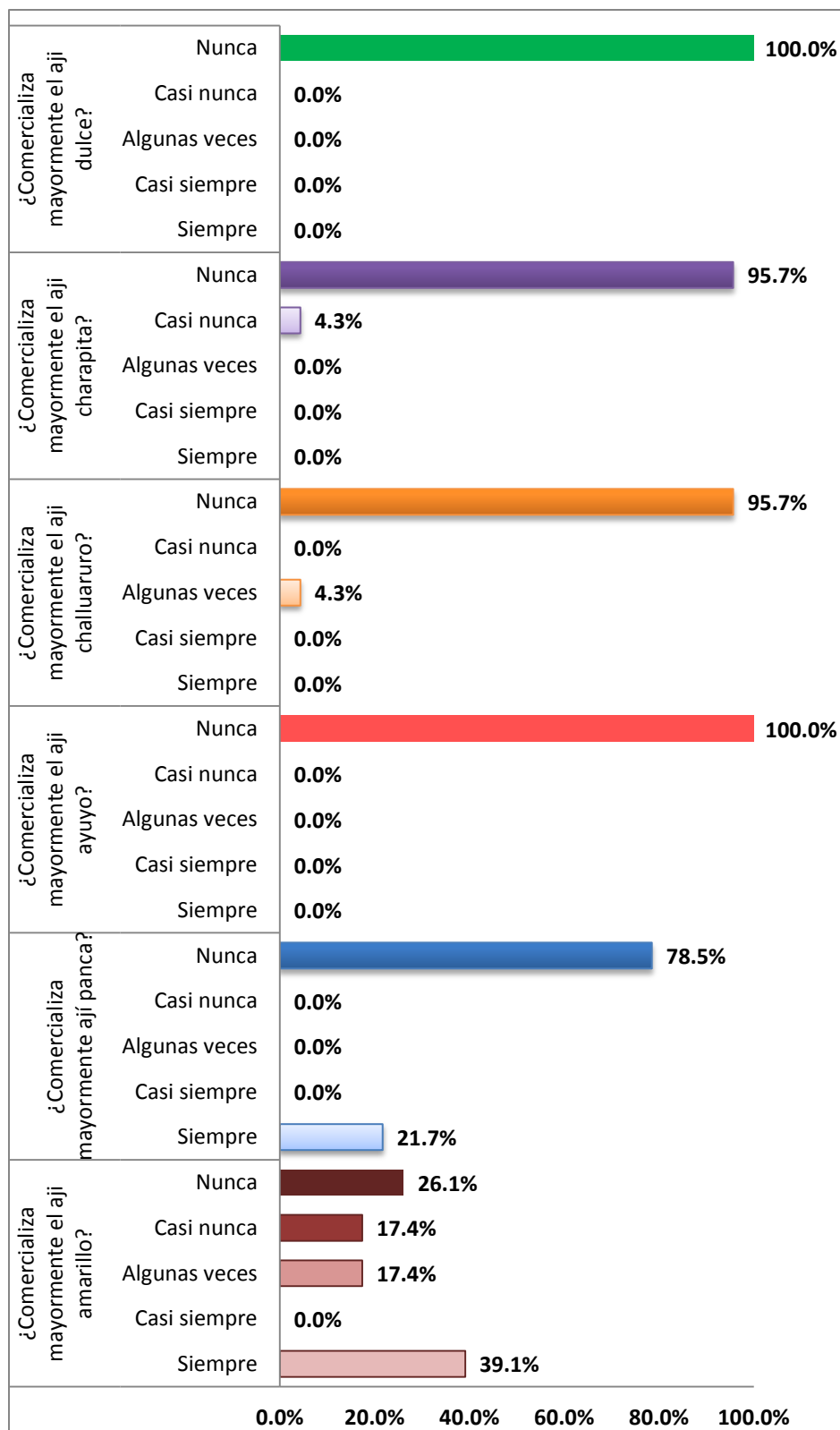


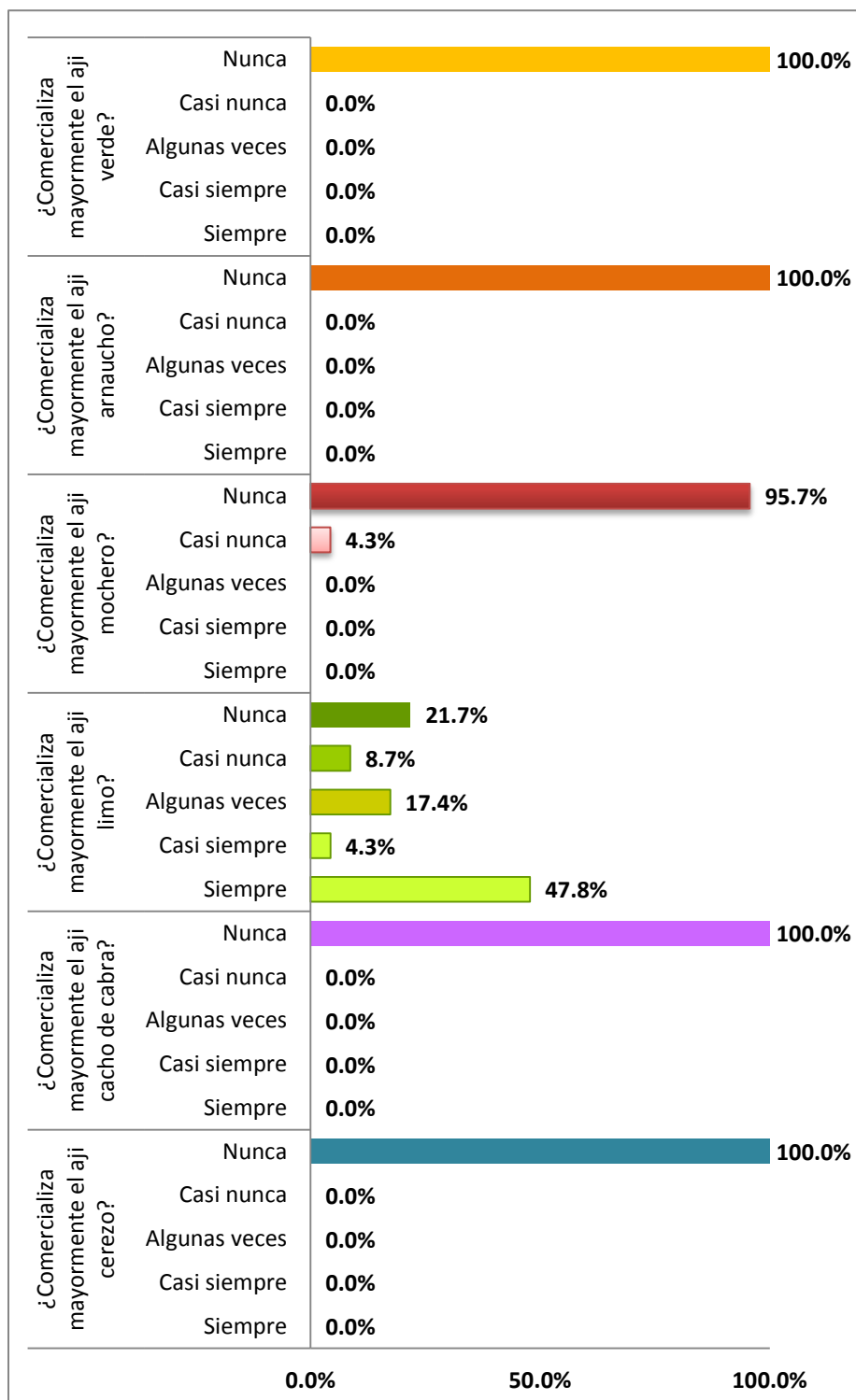


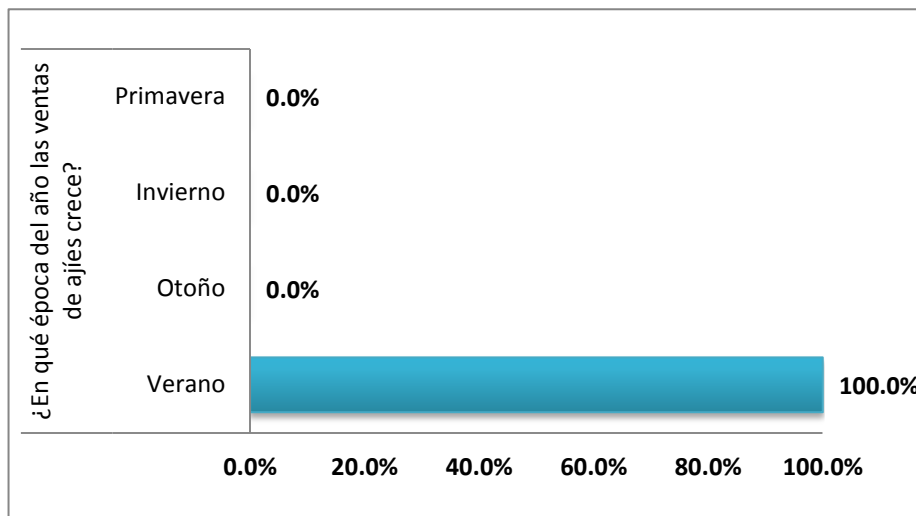












En la dimensión de comercialización se pudo sacar por resultado que los ajíes comercializados son el ají amarillo, ají limo, ají panca, rocoto, rocoto de la huerta, rocoto de la Selva central, pero en la mayoría de ajíes nativos como el ají cerezo, mochero, cacho de cabra, pipi de mono, arnaucho, ayuclo, malagueta, pucunucho, paca, challuaruro y el charapita; no existe comercialización en el Gran mercado mayorista de Lima, sin embargo a pedido los vendedores pueden traer mínimas cantidades ya que no es demandado por la mayoría de los consumidores.

Se pudo saber que existe casi nula demanda de los ajíes nativos como el ají cerezo, mochero, cacho de cabra, pipi de mono, arnaucho, ayuclo, malagueta, pucunucho, paca, challuaruro y el charapita. Y como consecuencia no llegan esos ajíes para la comercialización, porque los consumidores no lo piden y generan pérdidas para los comerciantes.

Además por las mismas manifestaciones de los vendedores se pudo saber que la época en que mayor ventas, y de manda de ají es el verano; pero todo el año existe demanda significativa de este producto.

3.1.2. Comprador del Gran mercado mayorista de Lima

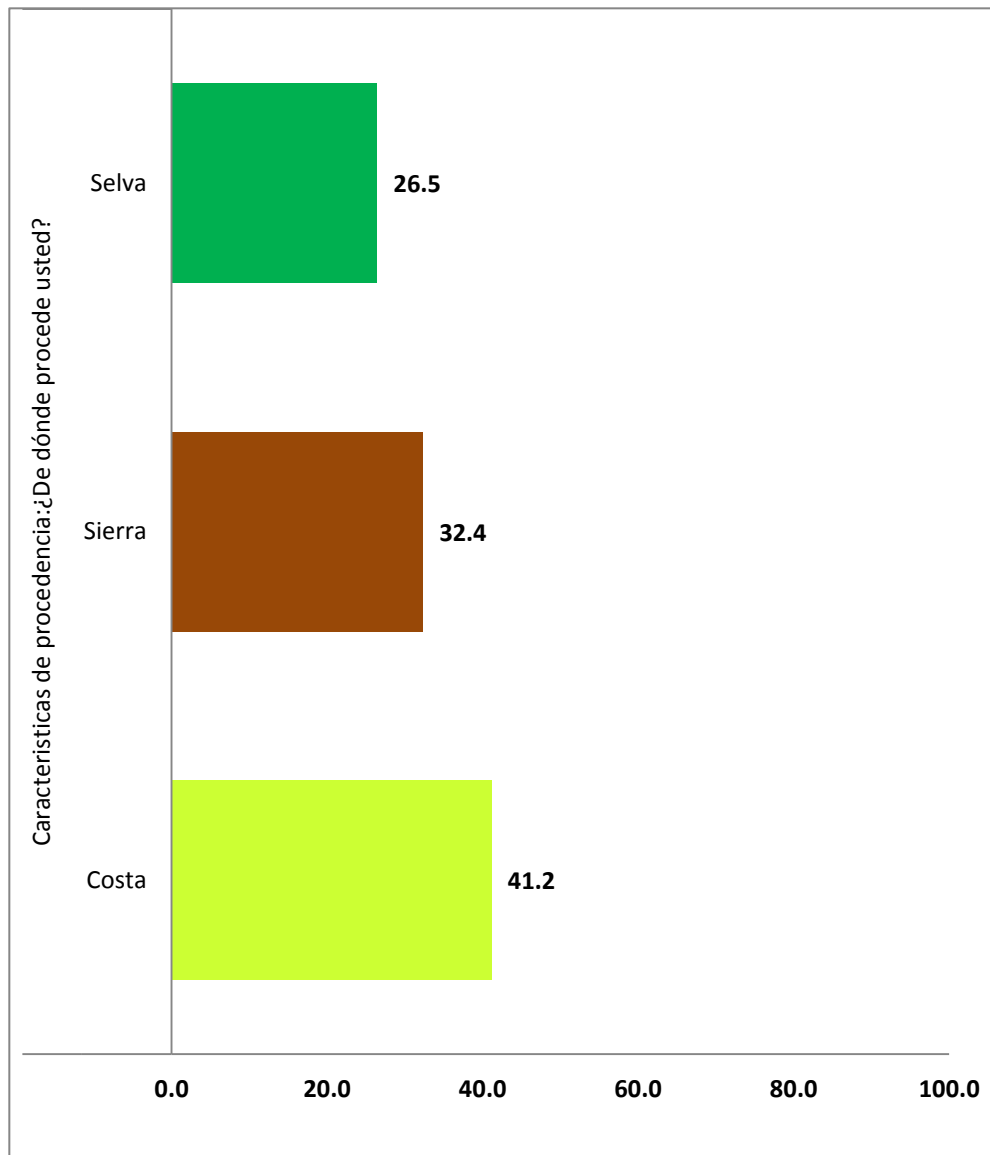
Este análisis de dimensión está referido a la encuesta que se hizo a los consumidores de ajíes del Gran mercado mayorista de Lima ubicado en el distrito de Santa Anita en la Avenida La Cultura 808; en la provincia de Lima.

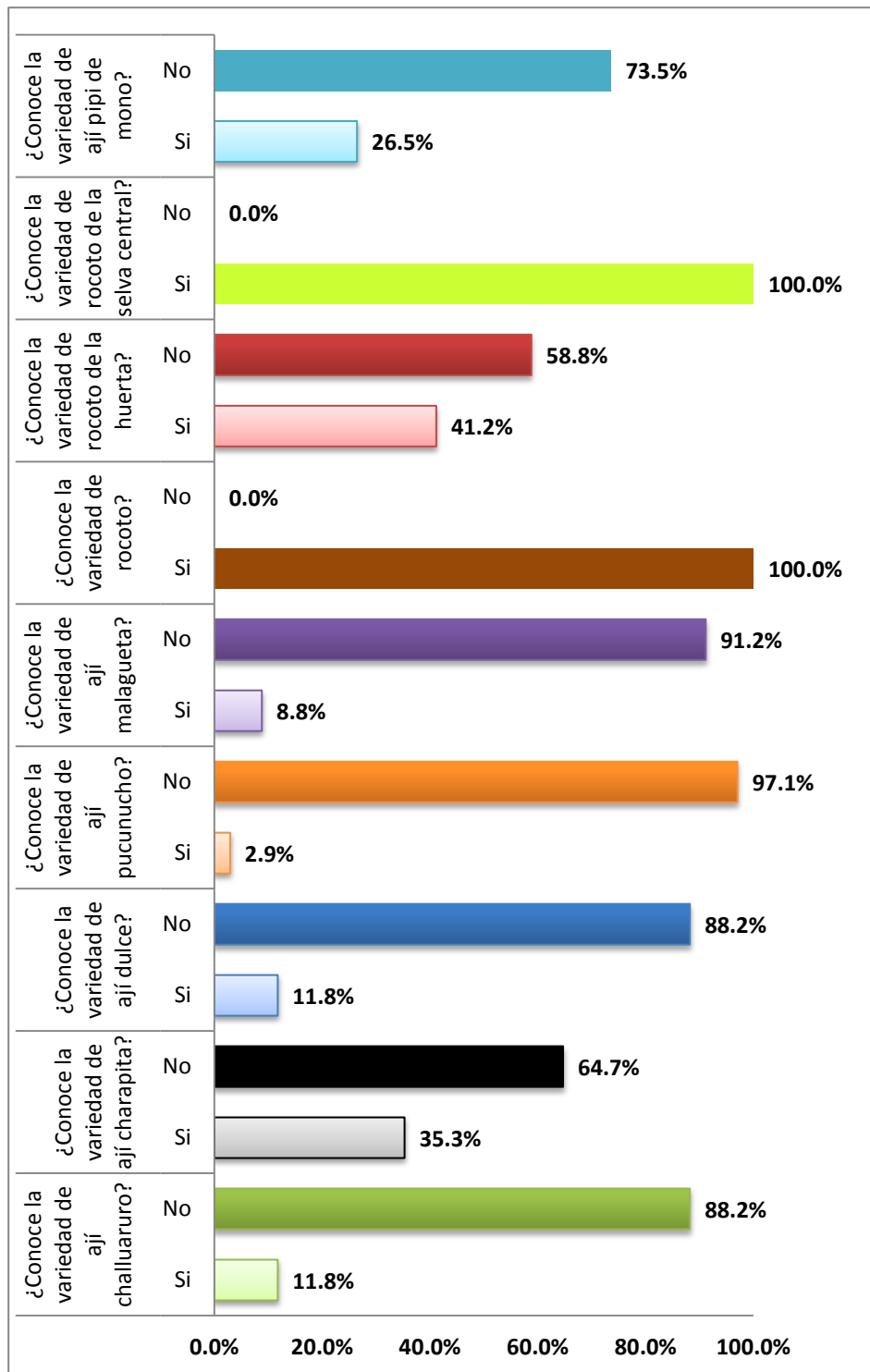
El cuestionario se aplicó a 34 compradores de ajíes, que estaban distribuidos en el pabellón A del Gran mercado mayorista de Lima; a los cuales se les aplicó 10 preguntas cerradas, de tipo politómicas.

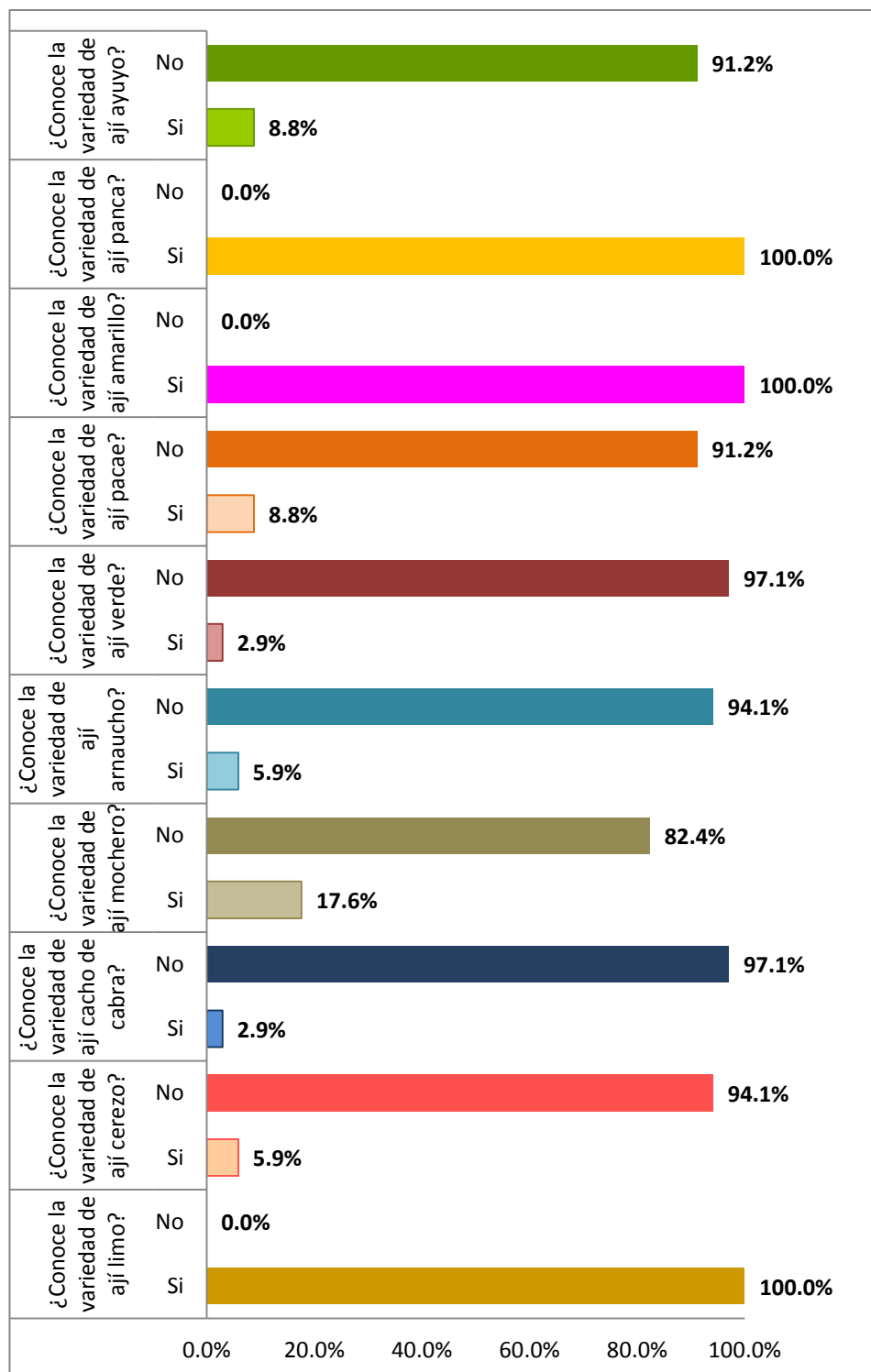
El programa de información para la evolución de los datos del cuestionario fue el programa IBM SPSS Statistics. Versión 23. Edición de 64 bits. Las variables de 10 preguntas ingresadas tuvieron valor nominal y ordinal, de donde se elaboraron análisis con tablas. Las cuales se trasladaron al programa Microsoft Excel 2010; para obtener los gráficos y de este modo poder analizar cada dimensión.

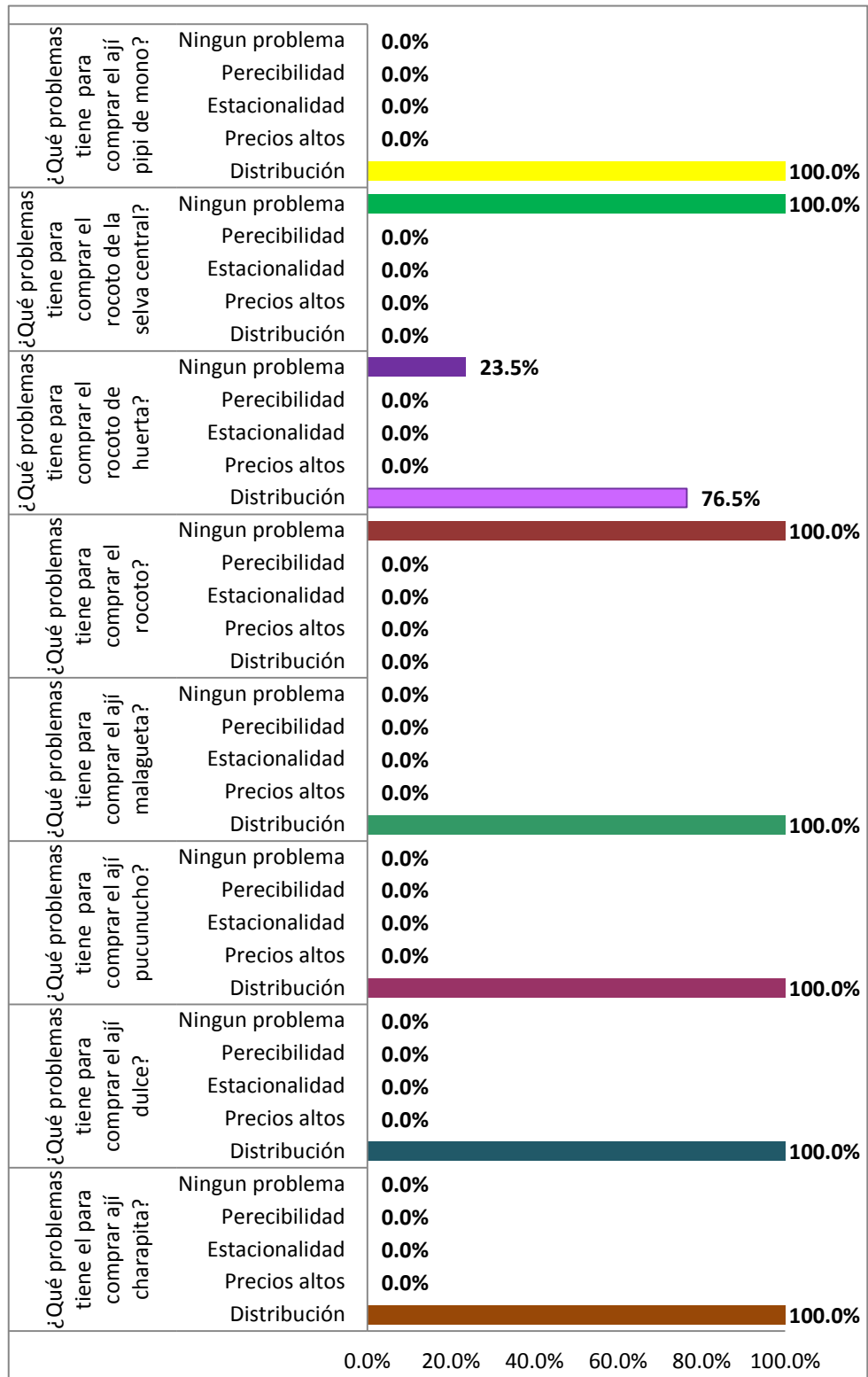
GRAFICO N° 12

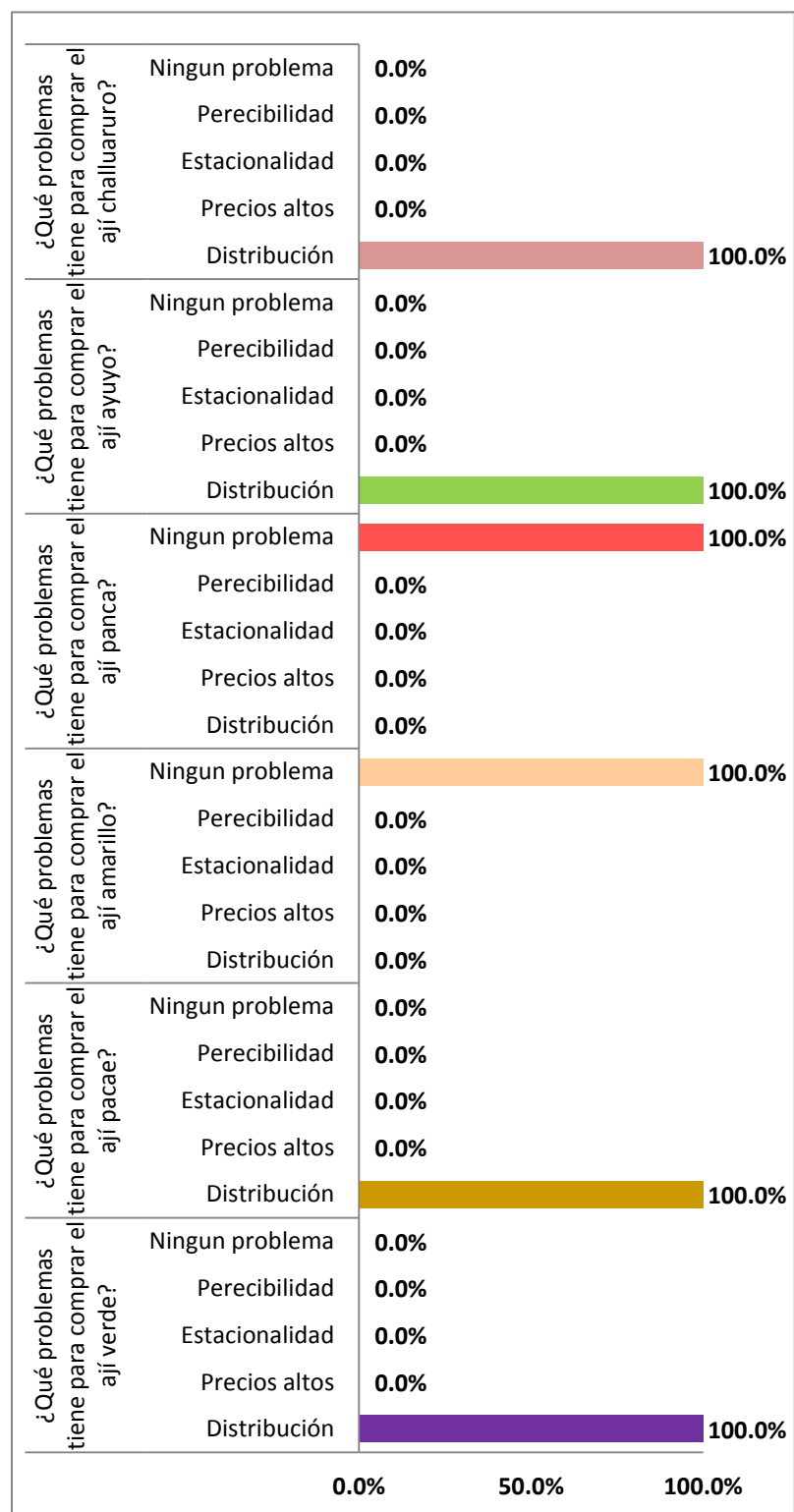
GRADO DE DIFUSIÓN O DE CONOCIMIENTO DE LAS VSRIEDES DE
AJÍES DE LA SIERRA, COSTA Y SELVA

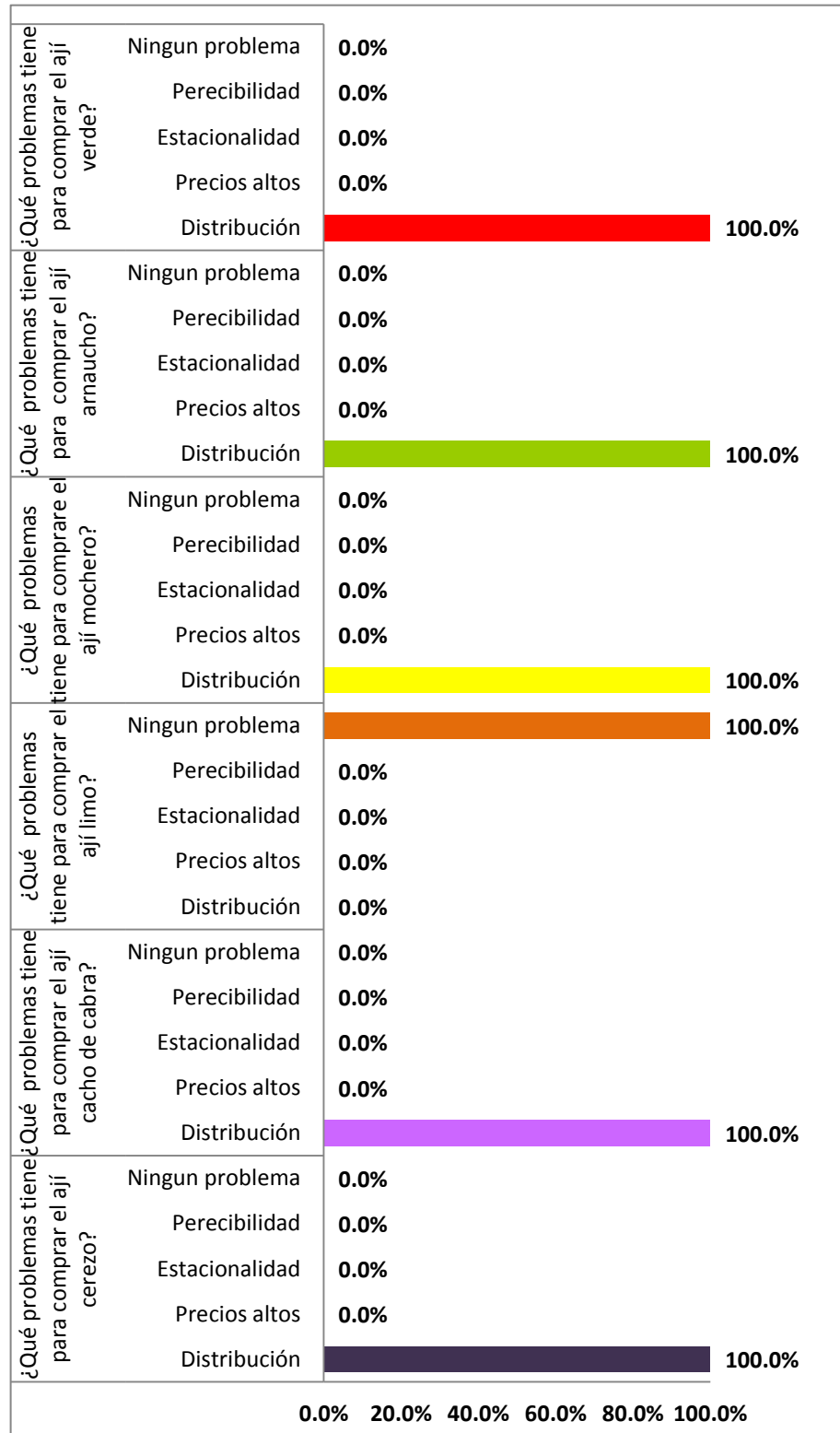












Se aplicó la encuesta a 34 compradores del Gran mercado mayorista de Lima y dio como resultado en la dimensión de difusión o de conocimiento de las variedades de ajíes de nativos de la Sierra, Costa y Selva; los siguientes resultados.

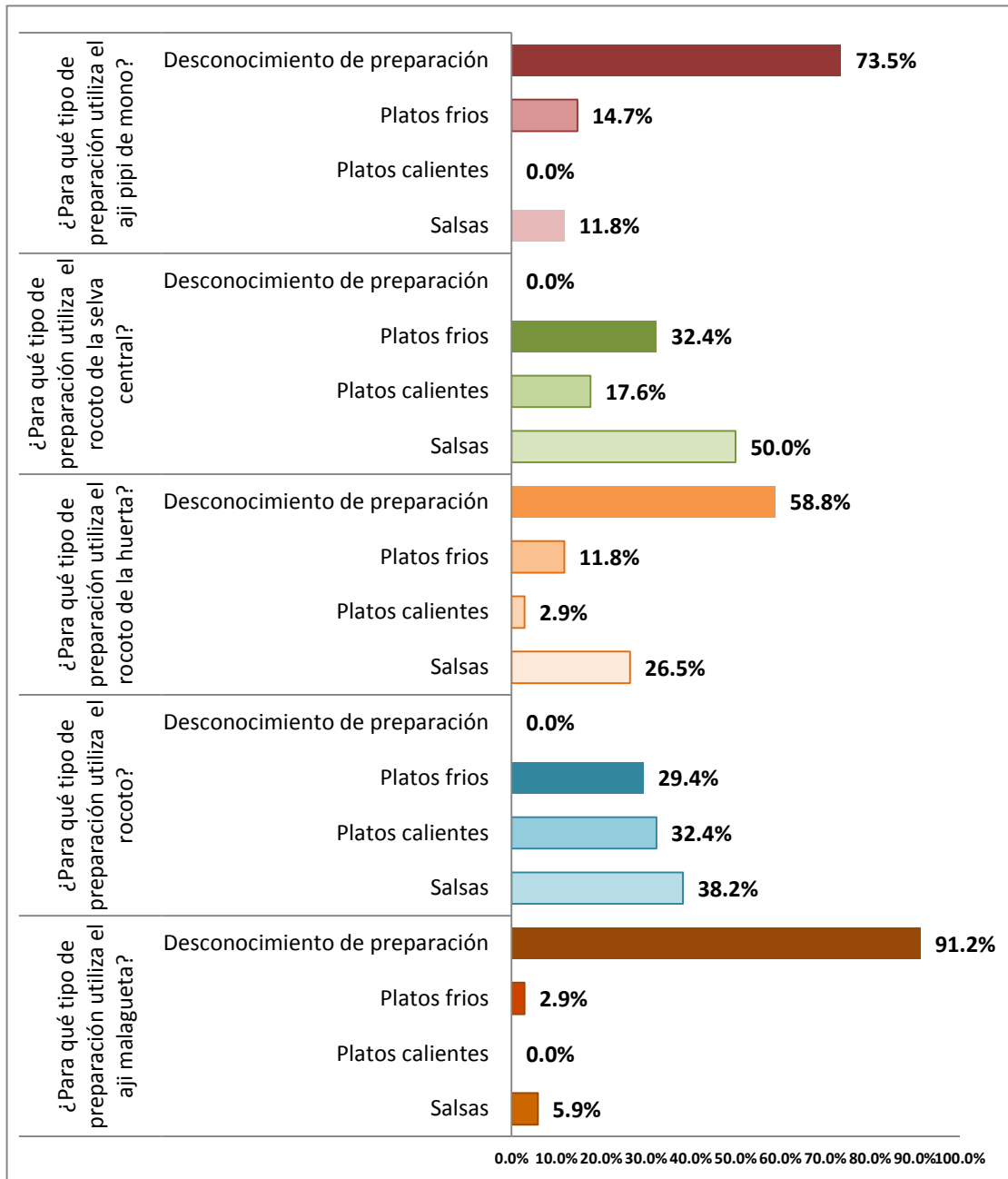
La mayoría de personas que compran en este mercado son de la Costa, seguidos de la Sierra y por último de la Selva; estas personas compran en grandes cantidades. Las personas encuestadas en su mayoría conocen el ají limo, ají amarillo, ají panca, rocoto, rocoto de la Selva central, roco de la huerta; pero pocas personas son las que conocen el ají pipi de mono, ají challuaruro, ají charapita, ají ayuyo, ají cacho de cabra, entre otros. Los compradores conocían poco de otras variedades poco populares en el mercado.

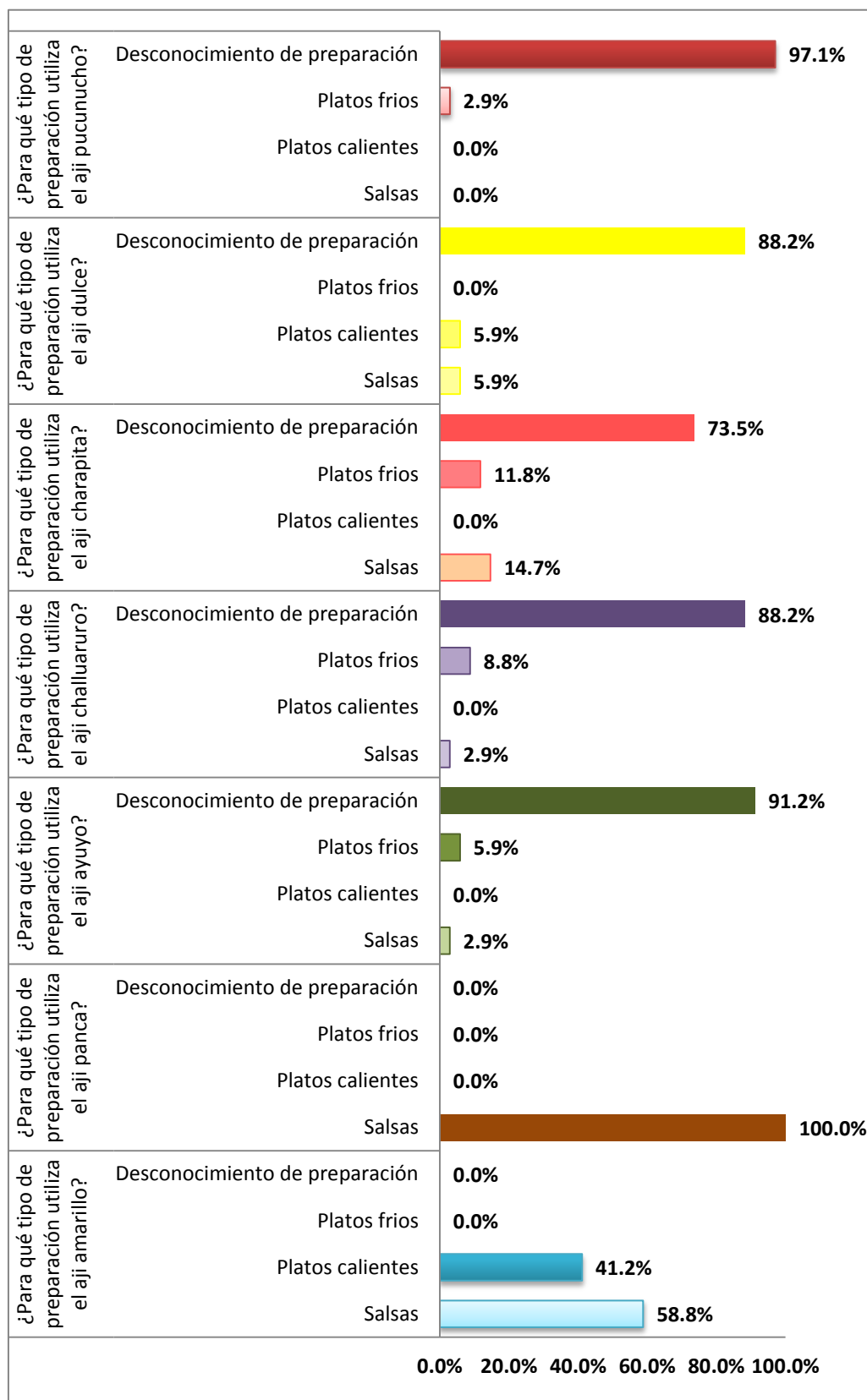
Al preguntar al consumidor acerca de otras variedades de ajíes que no sea rocoto, ají limo, ají panca y ají amarillo; la mayoría coincidió que existe problemas de distribución de variedades de ajíes, ya que solo se encuentran en los mercados las variedades mencionadas; y es muy raro encontrar otras variedades.

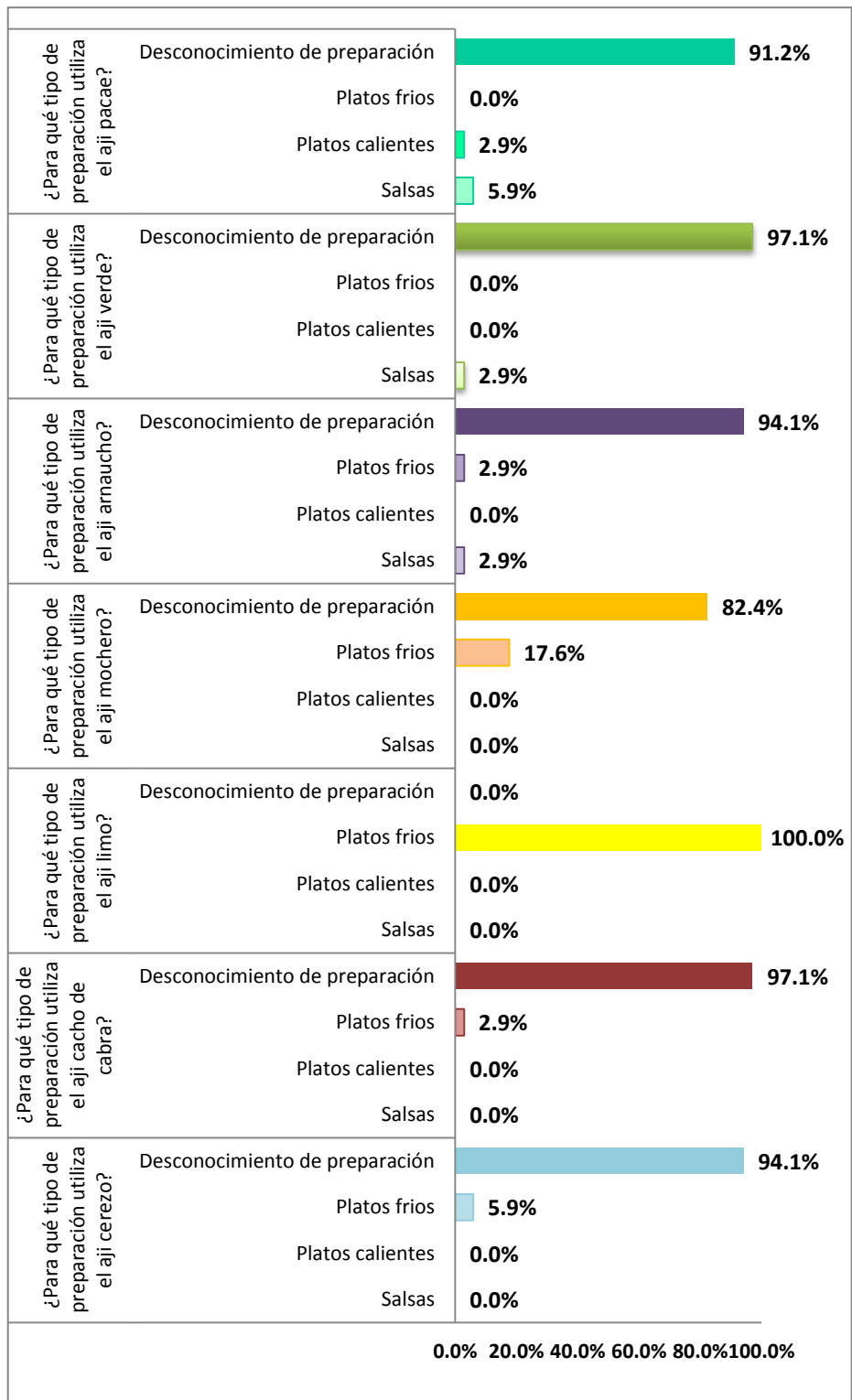
El problema central de los compradores es que no pueden adquirir otros tipos de ajíes ya que siempre venden los mismos ajíes, no pueden observar otras variedades que les pueda llamar la atención, porque existe poco conocimiento por parte de los compradores lo cual hace que exista poca demanda, y por ende no existe un abastecimiento en el mercado.

GRAFICO N° 13

UTILIZACIÓN DEL TIPO O VARIEDAD DE AJÍ EN PREPARACION DE PLATOS





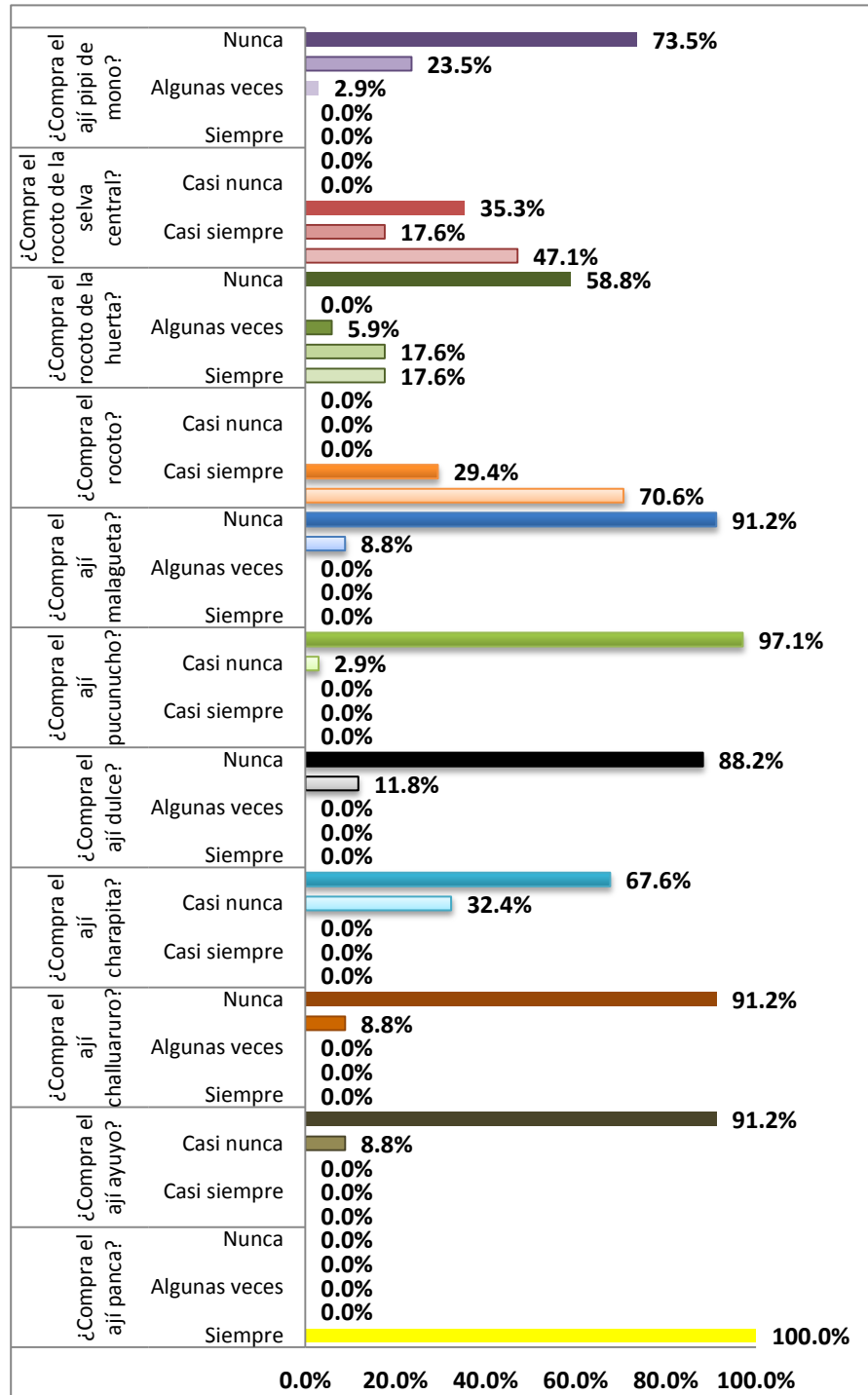


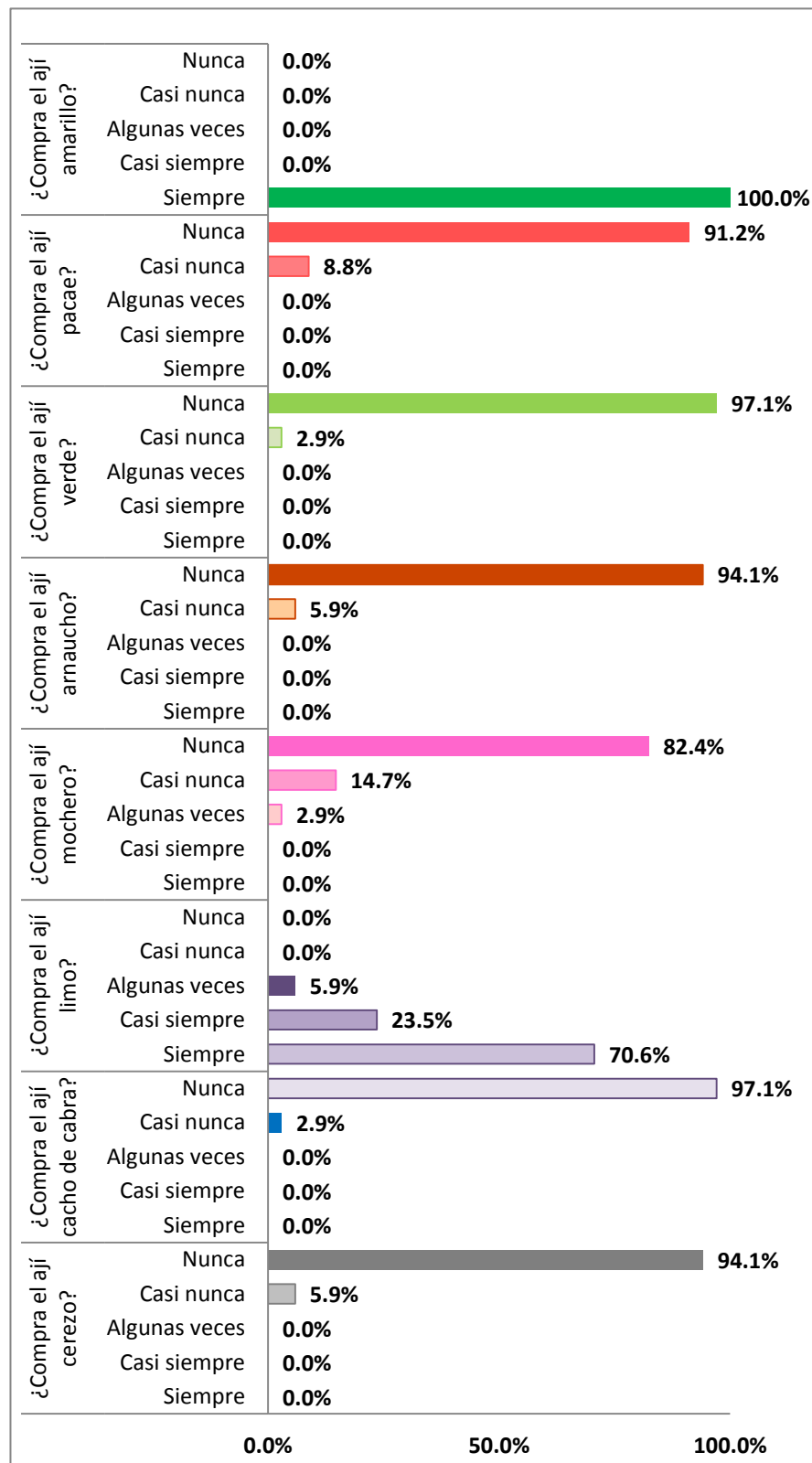
En la dimensión utilización de tipo o variedades de ajíes en la preparación de los platos se pudo sacar en conclusión que las variedades de ajíes nativos que no son vendidos en el Gran mercado mayorista de Lima, los compradores de este mercado en su mayoría no tienen conocimiento como utilizar otras variedades que no sea ají limo, ají amarillo, ají panca y rocoto. Y los pocos compradores que tienen conocimiento comentaron que saben cómo emplearlas porque en su lugar de origen se consume esa variedad.

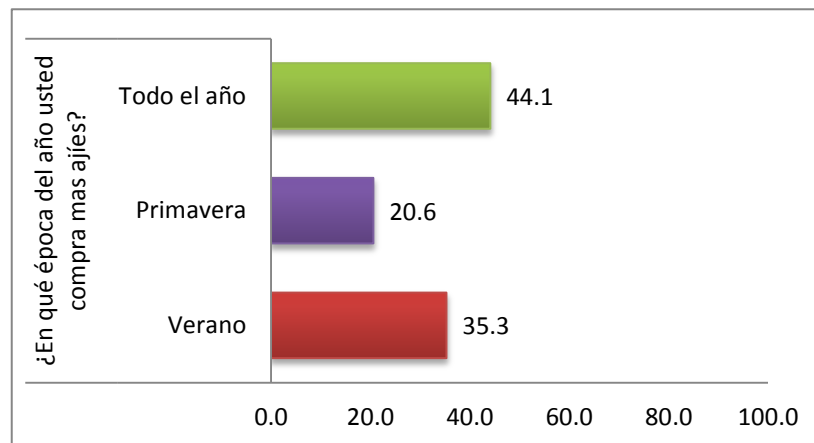
Los compradores de ajíes en este mercado compran ají principalmente por el sabor y aroma que brinden a los platillos.

GRAFICO N° 14

COMERCIALIZACIÓN







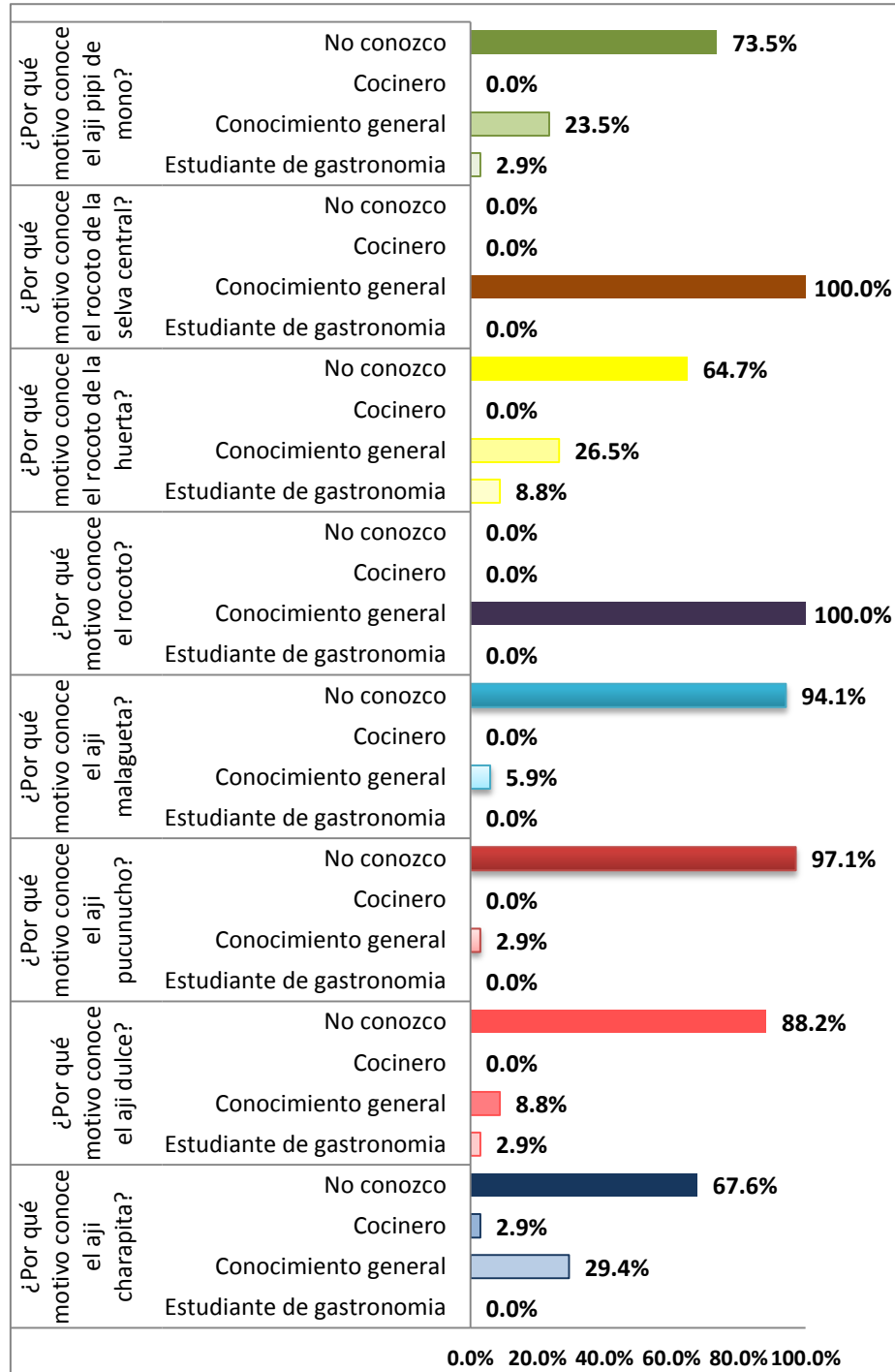
En cuanto a la dimensión de comercialización los compradores indicaron que compran ají todo el año y un grupo dijo que la época que compran en mayor cantidad el ají es en verano.

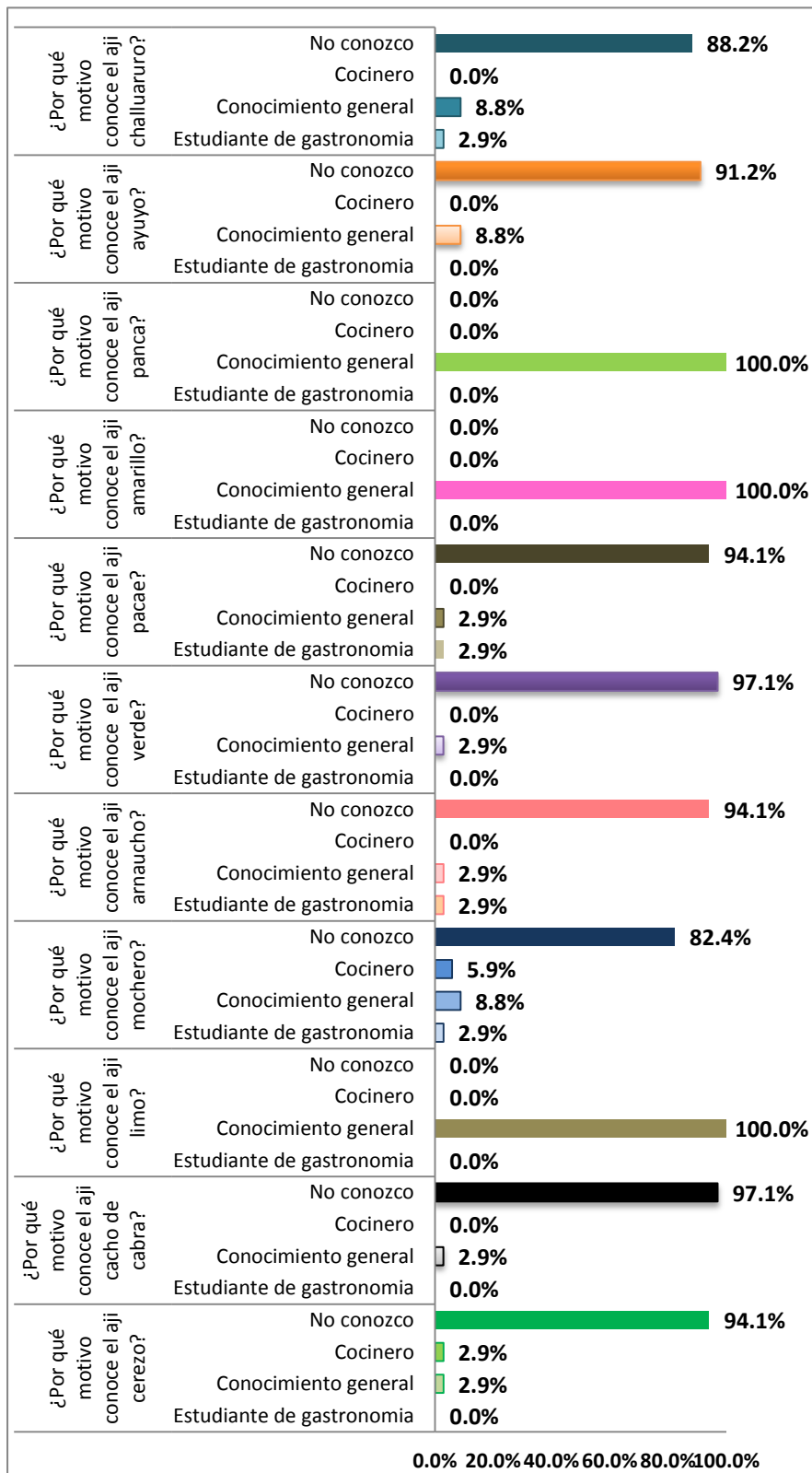
Entre los ajíes que más compra es el ají limo, rocoto, rocoto de la Selva central, rocoto de la huerta, ají amarillo, ají panca; pero también en pocas oportunidades han comprado el aji charaptita; y también como se puede apreciar en el **grafico 14** casi no se compran otras variedades que las mencionadas.

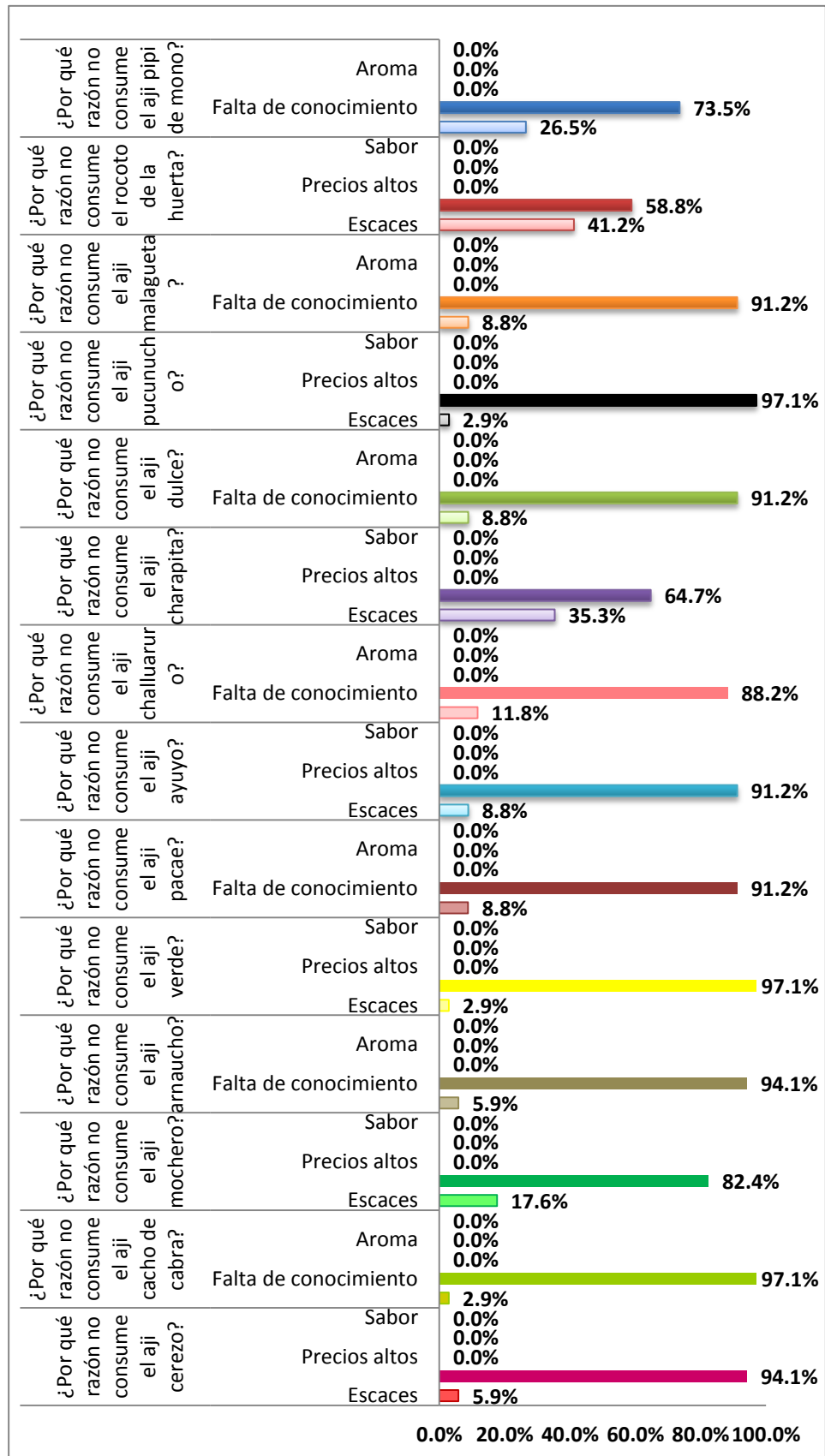
Los compradores que indicaron que compraron alguna vez ajíes, como pipi de mono, pucunucho, malagueta, paca, verde, mochero; lo adquirieron por medio de un familiar que reside en la zona en donde se utiliza esos ajíes; y en pocas ocasiones compraron en algunos mercados, pero a pedido. Sin embargo las variedades de ajíes mencionados no se encuentran con facilidad en los mercados según los compradores que conocían esos ajíes.

GRAFICO N° 15

PERFIL DEL CONSUMIDOR







Los compradores encuestados que conocían algunas variedades que no eran ají limo, rocoto, ají amarillo, ají panca; como se aprecia en la **gráfica 15** ; es porque tiene conocimiento o proceden del lugar donde se utiliza ese ají, tiene familiares que utilizan ese ají, otro motivo porque conocen esas variedades eran porque eran estudiantes de gastronomía y otros eran cocineros.

Además los consumidores en su mayoría indicaron que no tienen conocimiento de otras variedades que no son comercializadas y conocidas, ya que no han oído hablar de ellas, no han visto otras variedades en los mercados y porque no saben cómo se puede utilizar en la gastronomía.

Además los pocos consumidores que indicaron que si conocían, dijeron que no compraban porque existía escases, ya que no lo encuentra en los mercados de Lima, y en el Gran mercado mayorista de Lima no encuentran esas variedades.

3.2. Análisis descriptivo

3.2.1. Análisis descriptivo del vendedor

Se hará el análisis detallado de las respuestas de los 23 vendedores del pabellón “A” del Gran mercado mayorista de Lima, ubicado en el distrito de Santa Anita, en la provincia de Lima.

A Los cuales se les aplicara una encuesta de 11 preguntas cerradas de tipo politomicas,

El programa de información para la evolución de los datos del cuestionario fue el programa IBM SPSS Statistics. Versión 23. Edición de 64 bits. Las variables de 11 preguntas ingresadas tuvieron valor nominal y ordinal, de donde se elaboraron análisis con tablas. Las cuales se trasladaron al programa Microsoft Excel 2010; para obtener los gráficos y de este modo poder analizar cada pregunta.

PREGUNTA N° 1: Características de procedencia: ¿De dónde procede usted?

TABLA N° 42

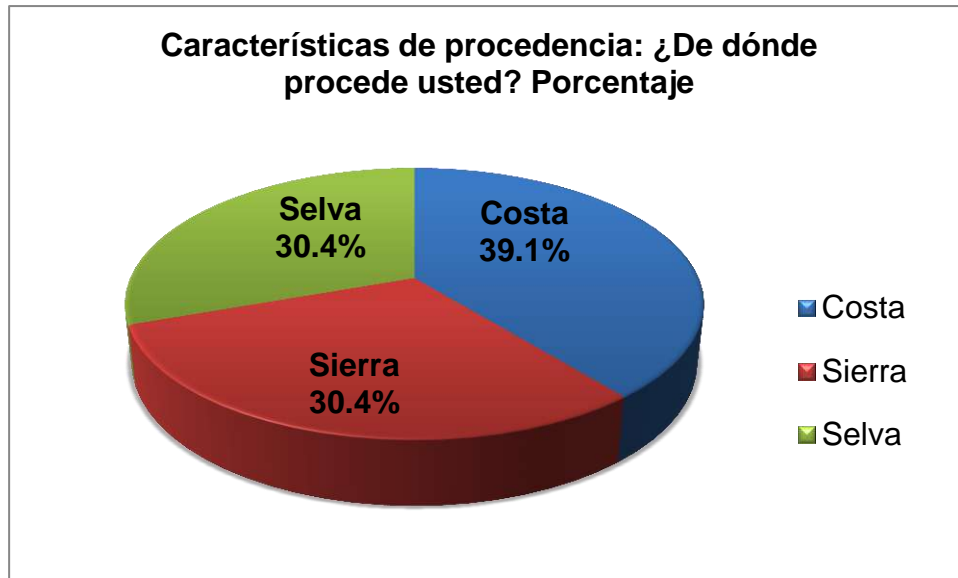
CARACTERÍSTICAS DE PROCEDENCIA: ¿DE DÓNDE PROCEDE USTED?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Costa	9	39.1	39.1	39.1
	Sierra	7	30.4	30.4	69.6
	Selva	7	30.4	30.4	100.0
	Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Como se observa en la **tabla N° 42** el promedio 39.1% de características de procedencia de los vendedores es de la región de la Costa, seguidos por los de la Sierra y Selva con un 30.4%. Lo cual indica que los 23 vendedores del Gran mercado mayorista de Lima proceden de las 3 regiones del Perú, y que tienen conocimiento de variedades de ajíes que se usan en las regiones del Perú debido a su lugar de origen. En la **gráfica N° 16** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICA N° 16



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

PREGUNTA N° 2: ¿QUÉ TIEMPO TIENE DE COMERCIALIZAR AJÍES?

TABLA N ° 43

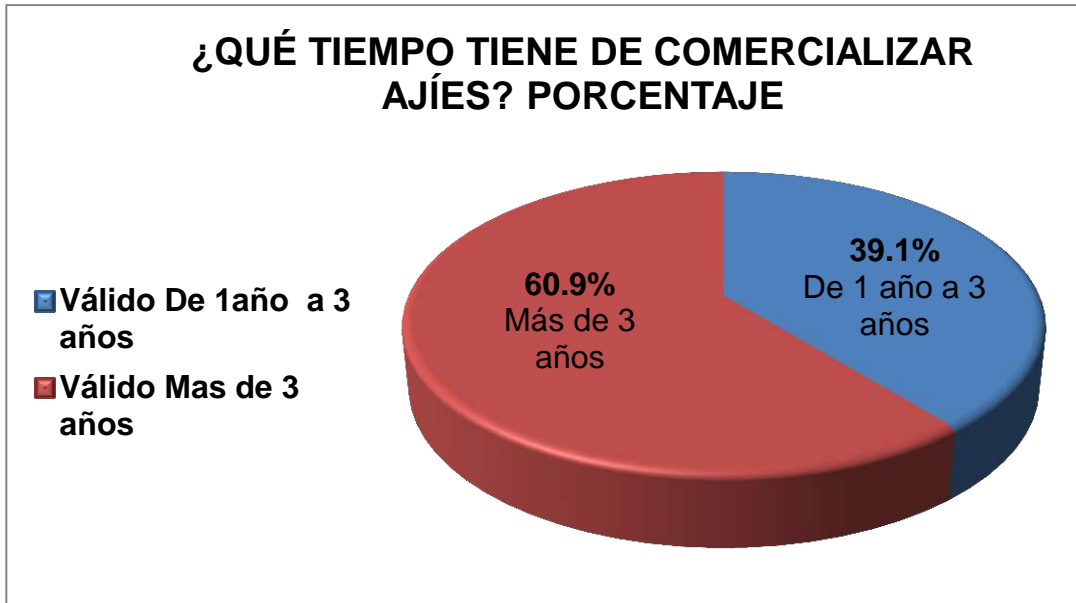
¿QUÉ TIEMPO TIENE DE COMERCIALIZAR AJÍES?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De 1año a 3 años	9	39.1	39.1	39.1
Más de 3 años	14	60.9	60.9	100.0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Como se observa en la **tabla N° 43** el promedio 60.9% del tiempo de comercialización de ajíes es de más de 3 años, y en segundo lugar se ubica con un 39.1% de tiempo comercialización de ajíes de 1 año a 3 años. Lo cual indica que los vendedores de ajíes tienen un tiempo establecido distribuyendo este insumo, por lo cual son conocedores del mercado de ajíes y tienen experiencia en la comercialización de este. En la **gráfica N° 17** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 17



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

PREGUNTA N° 3: ¿QUÉ VARIEDADES DE AJÍES CONOCE?

TABLA N° 44

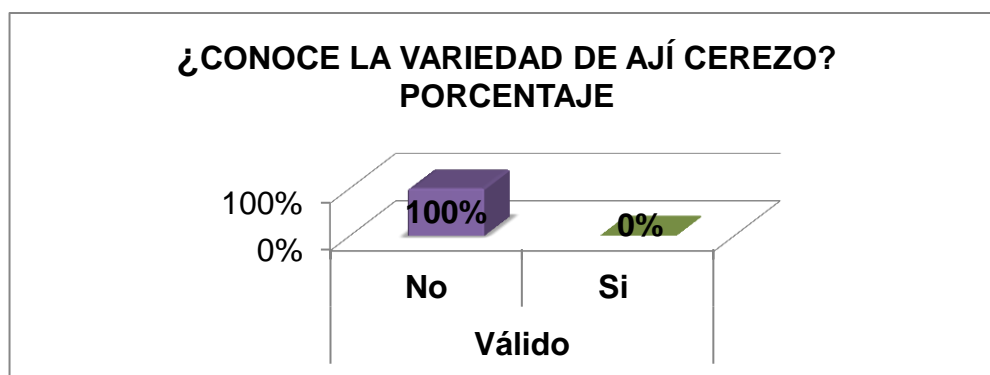
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ CEREZO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	23	100.0	100.0	100.0
Si	0	0	0	0
Total	23	100	1000	100

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Como se observa en la tabla N° 44 el 100% de los vendedores no conoce el ají cerezo. Lo cual indica el desconocimiento por parte de los 23 vendedores del Gran mercado mayorista de Lima de esta variedad y por tanto esta variedad no es comercializada ya que indican los vendedores de este mercado que no conocen esta variedad. En la **gráfica N° 18** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 18



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 45

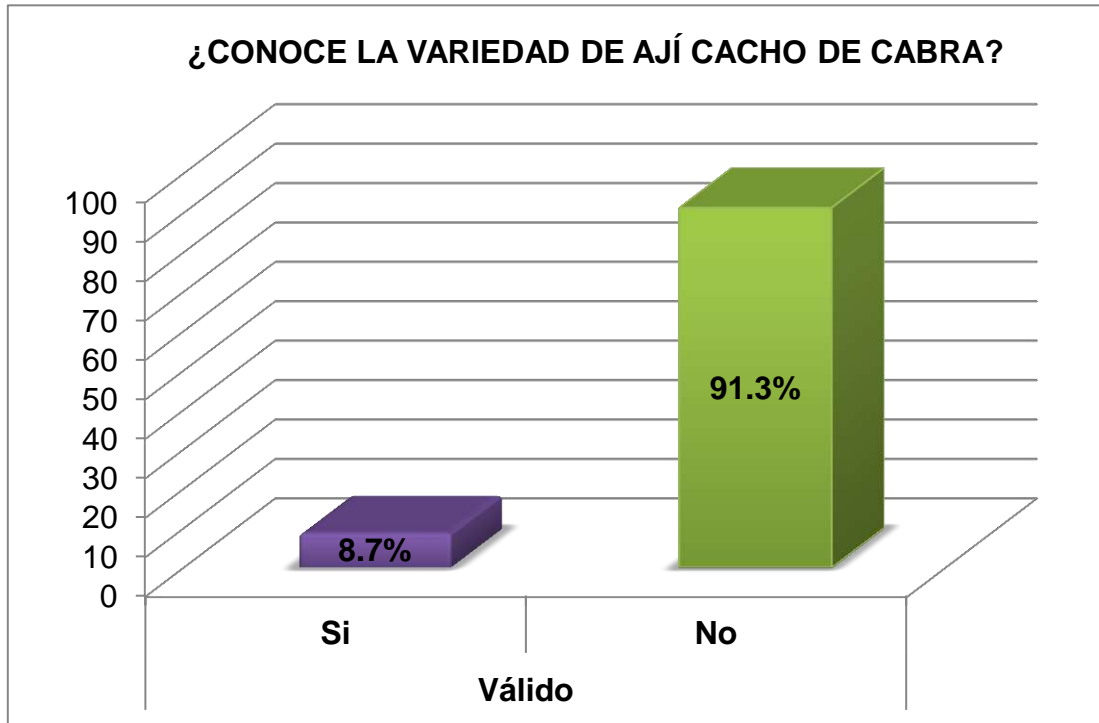
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ CACHO DE CABRA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	2	8.7	8.7	8.7
No	21	91.3	91.3	100.0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa en la **tabla N° 45** que el promedio de 91.3% de vendedores no conoce la variedad de ají cacho de cabra, y solo un 8.7% conoce esta variedad de ají. Lo cual indica que un mínimo porcentaje conoce este ají, ya que indicaron estos vendedores que conocen esta variedad en su mayoría por que del lugar donde proceden se utiliza esta variedad, y los otros vendedores que también indicaron que conocen el ají cacho de cabra lo conocen por el tiempo que tienen de comercializar esta variedad. Pero este porcentaje que conocen esta variedad es mínima, ya que casi la totalidad de vendedores de ajíes en el Gran mercado mayorista de Lima no conocen esta variedad. En la **gráfica N° 19** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICA N° 19



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 46

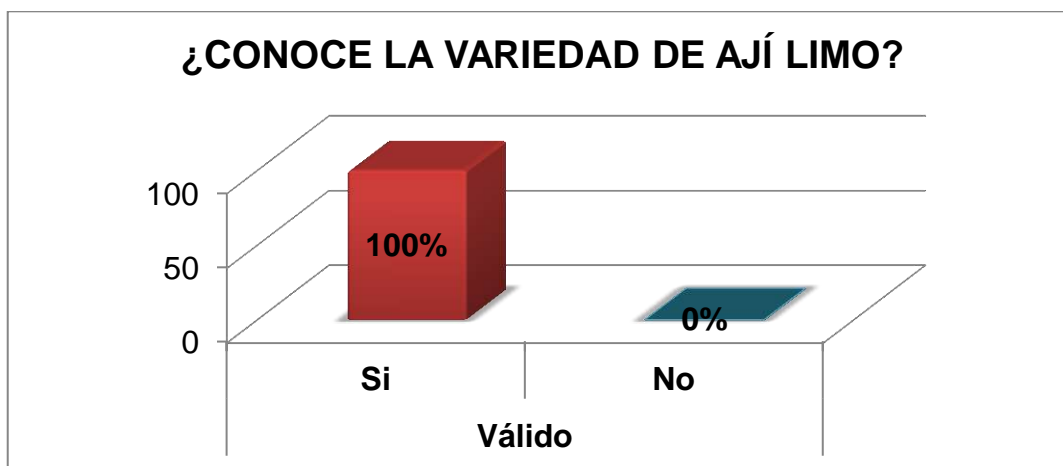
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ LIMO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	23	100.0	100.0	100.0
No	0	0	0	0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

En la **tabla N° 46** se observa que todos los vendedores conocen la variedad de ají limo en un 100%. Todos los vendedores conocen esta variedad ya que es una variedad ampliamente comercializada en el Gran mercado mayorista de Lima. En la **gráfica N° 20** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICA N° 20



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 47

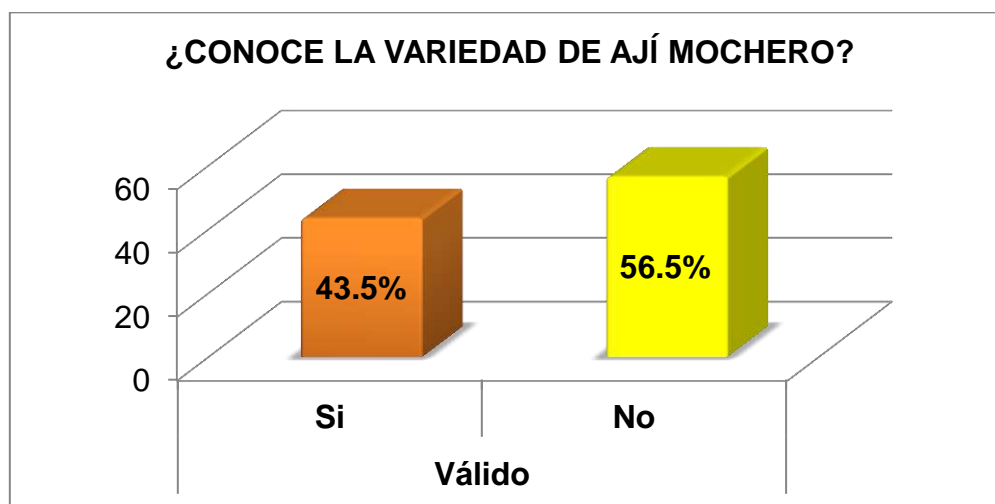
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ MOCHERO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	10	43.5	43.5	43.5
No	13	56.5	56.5	100.0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa en la **tabla N° 47** el promedio de 56.5% de los vendedores no conocen el ají mochero, pero en esta variedad a comparación de las otras variedades de ajíes nativos los vendedores conocen en un promedio de 43.5%, lo cual indica que casi la mitad de vendedores que es una cantidad significativa conocen esta variedad y están informados de esta misma. En la **gráfica N° 21** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICA N° 21



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 48

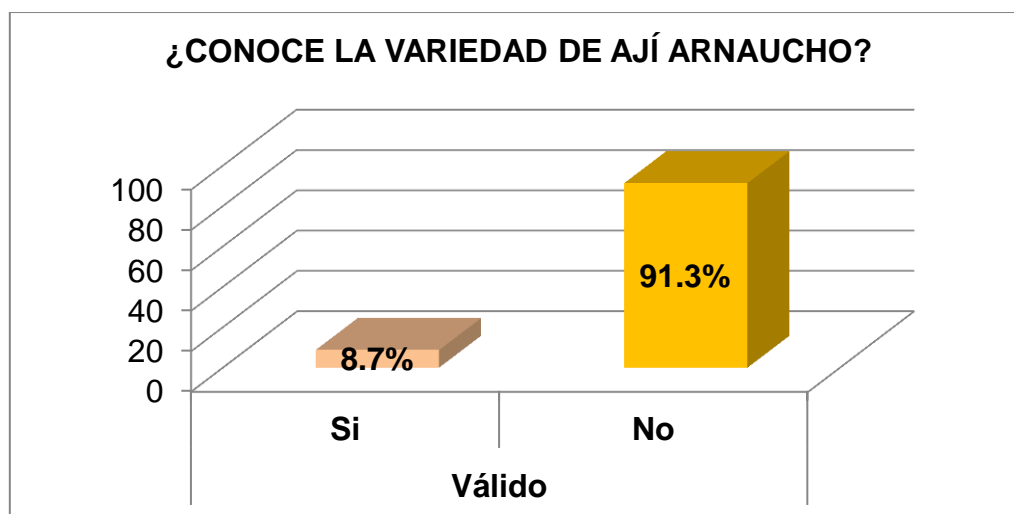
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ ARNAUCHO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Si	2	8.7	8.7	8.7
No	21	91.3	91.3	100.0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa en la **tabla N° 48** que en promedio de 91.3% los vendedores no conocen el ají arnaucho, y solo un 8.7% indicaron que si conocen esta variedad. Lo cual refleja el desconocimiento por casi la totalidad de los vendedores del ají arnaucho, ya que solo 2 vendedores indicaron que conocen este ají de los 23 vendedores encuestados en el Gran mercado mayorista. En la **gráfica N° 22** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 22



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 49

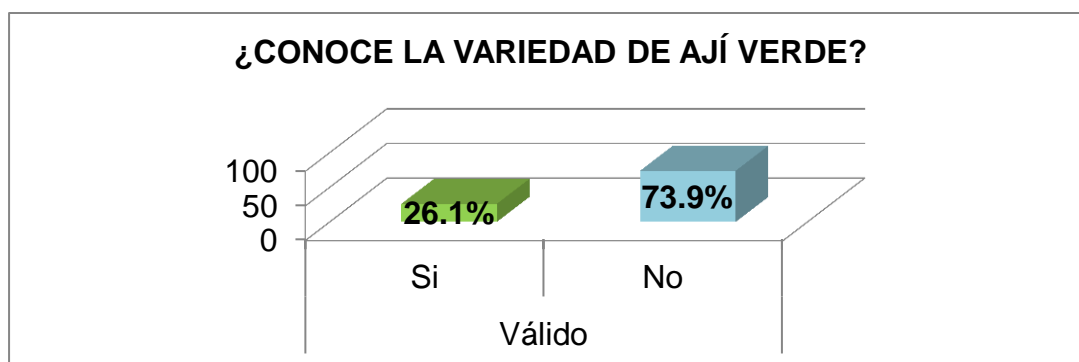
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ VERDE?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o Si	6	26.1	26.1	26.1
No	17	73.9	73.9	100.0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa en la tabla **N° 49** que el promedio de 73.9% de los vendedores no conocen el ají verde, y solo el 26.1% de los vendedores conocen este ají. Estas respuestas indican que a pesar que la mayoría de los vendedores que tienen más de 3 años comercializando ají, no llegan a conocer esta variedad de ají, ya que de los 23 vendedores encuestados solo 6 vendedores conocen esta variedad de ají. En la **gráfica N° 23** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 23



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 50

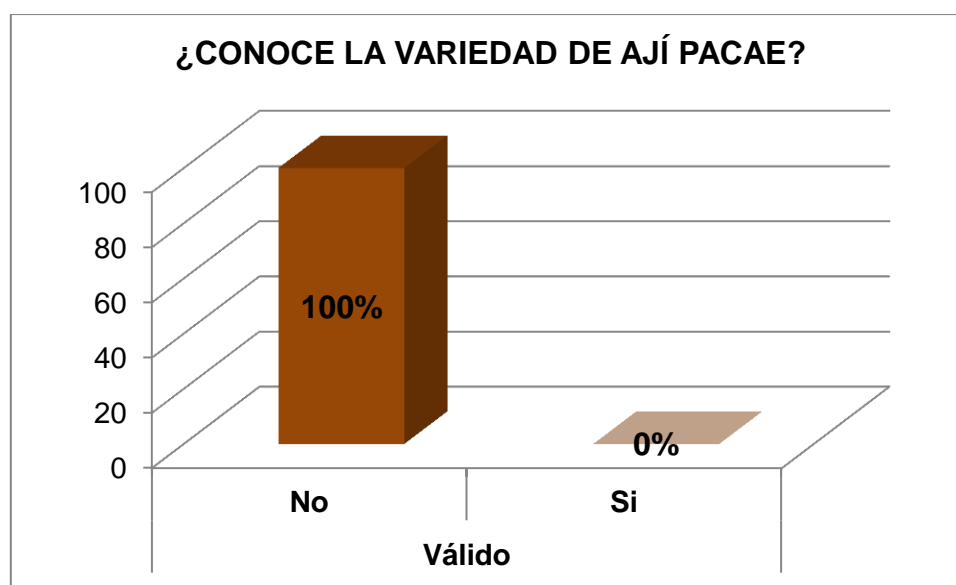
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ PACAE?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido No	23	100.0	100.0	100.0
Si	0	0	0	0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa en la **tabla N° 50** que el promedio de 100% de los vendedores no conocen el ají pacae. Lo cual indica la falta de desconocimiento de dicha variedad por parte de los vendedores del Gran mercado mayorista de Lima. En la **gráfica N° 24** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 24



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 51

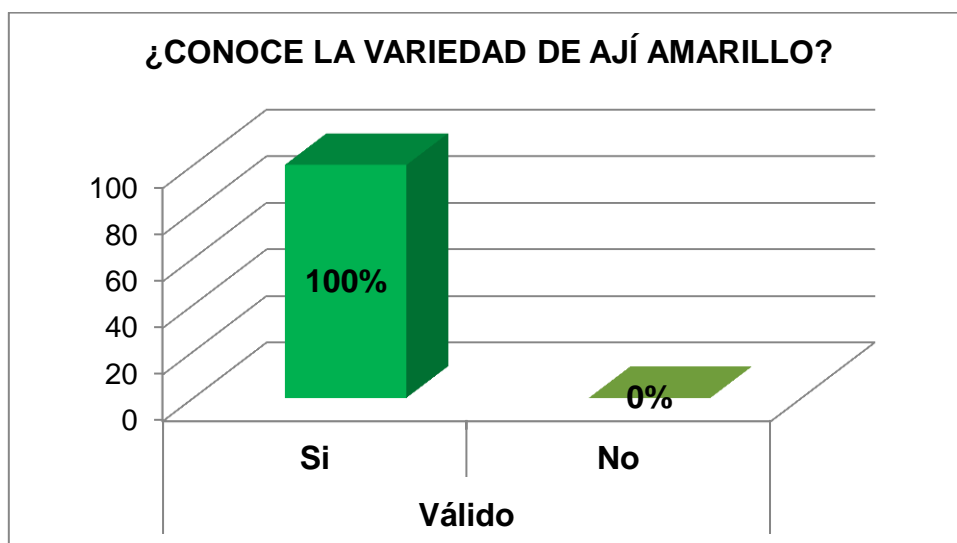
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ AMARILLO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	23	100.0	100.0	100.0
	No	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa en la **tabla N° 51** que el 100% de los vendedores conocen la variedad de ají amarillo. Esta variedad es alta mente comercializada y conocida ya que en la mayoría de la gastronomía peruana se encuentra involucrada como insumo principal. En la **gráfica N° 25** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 25



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 52

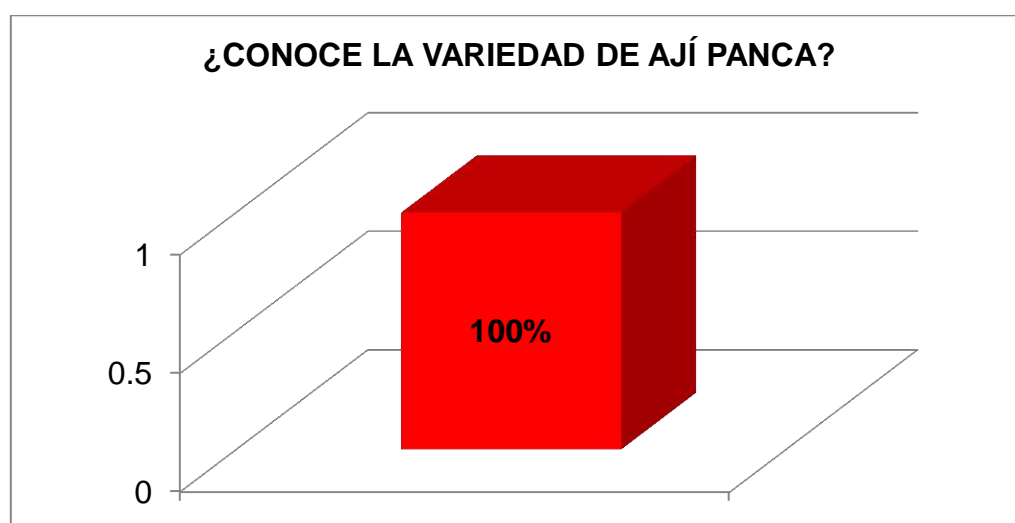
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ PANCA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	23	100.0	100.0	100.0
Válido No	0	0	0	0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa en **la tabla N° 52** que el 100% de los vendedores del gran mercado mayorista de Lima conocen de esta variedad, y que además esta variedad a pesar de tener cierto grado de escases en época de verano como indico los vendedores de estos ajíes es muy demandada en el mercado. En la **gráfica N° 26** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 26



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 53

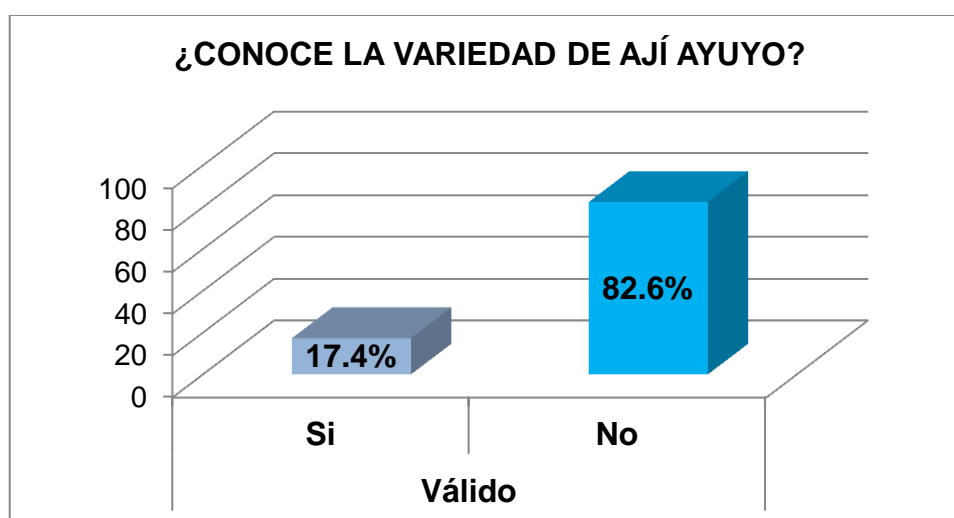
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ AYUYO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	4	17.4	17.4	17.4
Válido No	19	82.6	82.6	100.0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

En la **tabla N° 53** se observa que el promedio 82.6% de los vendedores no conocen el ají ayuyo y que solo un 17.4% si conocen. Lo cual indica que una mínima cantidad cuatro de vendedores conocen esta variedad, y que la mayoría desconoce de esta variedad. En la **gráfica N° 27** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 27



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 54

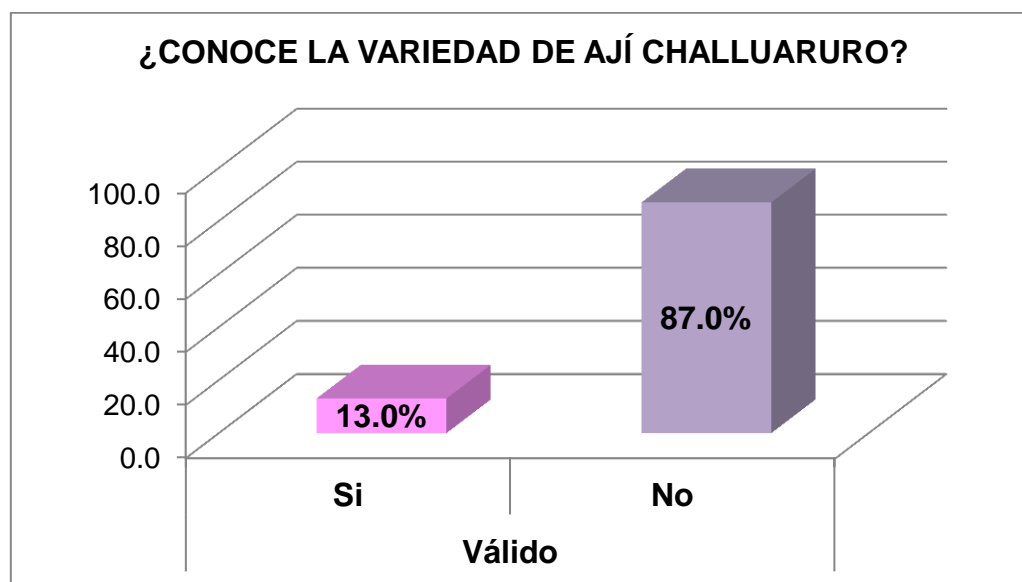
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ CHALLUARURO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	3	13.0	13.0	13.0
Válido No	20	87.0	87.0	100.0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa en la **tabla N° 54** que el promedio 87% no conocen la variedad challuaruro y que solo un 13% conoce esta variedad, lo cual indica que no es muy conocido por los vendedores del Gran mercado mayorista de Lima. En la **gráfica N° 28** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 28



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 55

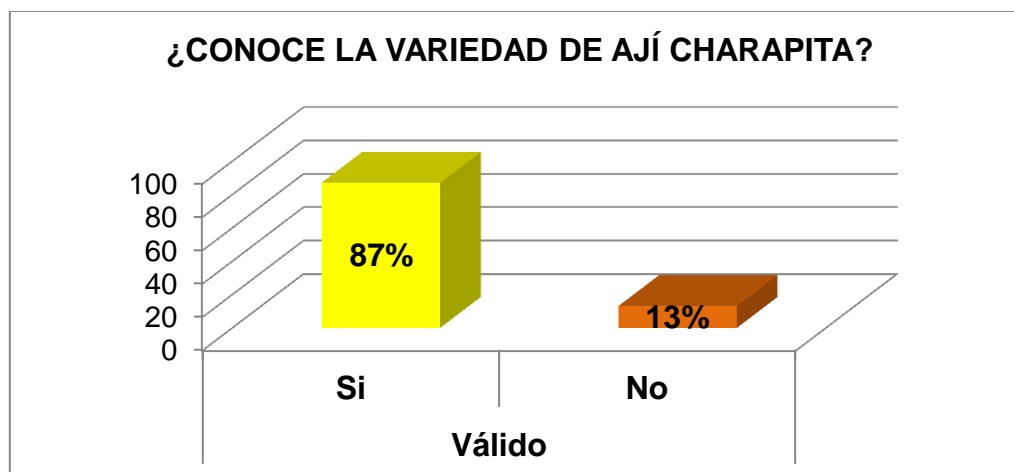
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ CHARAPITA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	20	87.0	87.0	87.0
Válido No	3	13.0	13.0	100.0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa en la tabla N° 55 que el promedio 87% de los vendedores si conocen el ají charapita y solo un 13% no conocen este ají. El cual indica que de todos los vendedores encuestados, solo 3 vendedores no conocían que viene a ser una cantidad mínima de desconocimiento ya que el restante de vendedores que eran 20 respondieron que si conocían esta variedad. En la **gráfica N° 29** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 29



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 56

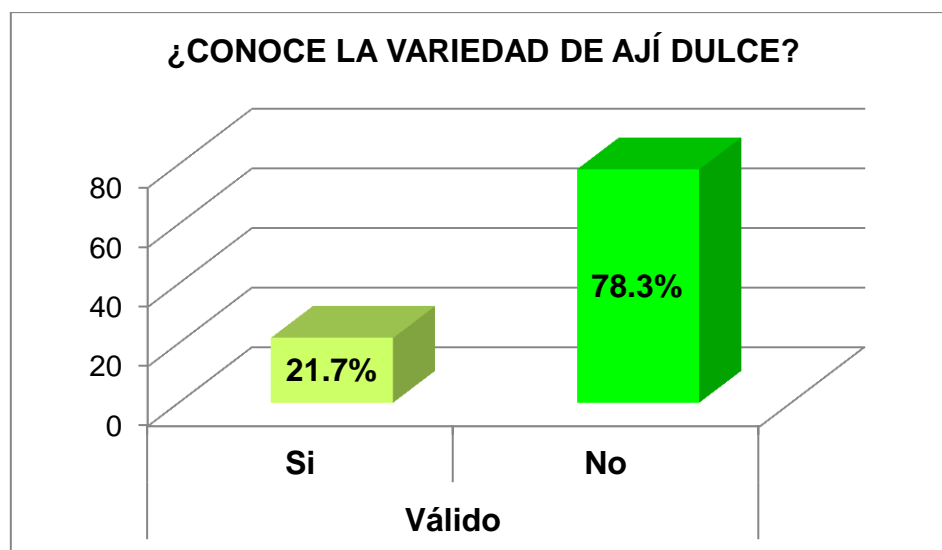
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ DULCE?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	21.7	21.7	21.7
Válido No	18	78.3	78.3	100.0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa que en la **tabla N° 56** que el promedio 78.3% de los vendedores no conocen el ají dulce, mientras que el 21.7% de los vendedores si conocen este ají. A través de la encuesta se puede saber que las personas que conocían este ají eran de la Selva. En la **gráfica N° 30** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 30



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 57

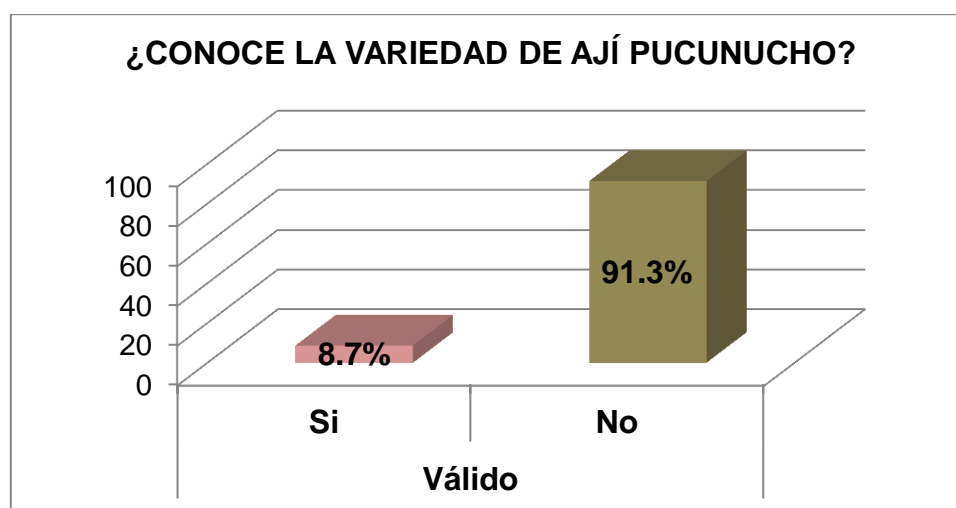
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ PUCUNUCHO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	2	8.7	8.7	8.7
Válido No	21	91.3	91.3	100.0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

En la tabla **N° 57** se observa que el promedio 91.3% de vendedores no conocen el ají pucunucho y que solo un 8,7% conocen este ají. Lo cual indica que existe un desconocimiento por parte de de los vendedores, ya que solo 2 vendedores del total de 23 conocen el ají pucunucho. En la **gráfica N° 31** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 31



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 58

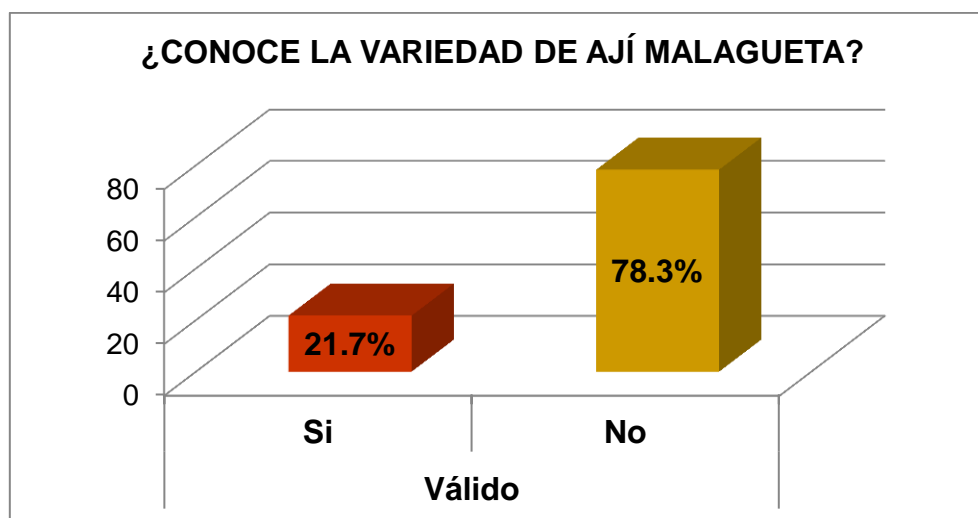
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ MALAGUETA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	5	21.7	21.7	21.7
Válido No	18	78.3	78.3	100.0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa en la **tabla N° 58** que en promedio el 78.3% de los vendedores no conocen el ají malagueta y que solo el 21.7% conocen este ají. Lo cual refleja el poco conocimiento de la mayoría de los vendedores sobre la existencia del ají malagueta. En la **gráfica N° 32** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 32



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 59

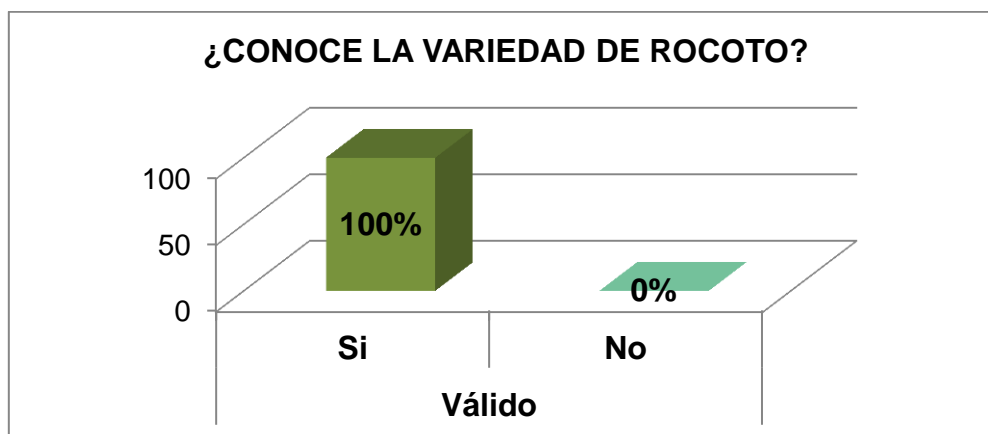
¿CONOCE LA VARIEDAD DE ROCOTO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	23	100.0	100.0	100.0
No	0	0	0	0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa en la **tabla N° 59** que el promedio es de 100% ya que todos los vendedores conocen el ají rocoto, ningún vendedor indico que no conocía este ají. Esta variedad de ají es muy conocida por todos los vendedores ya que es un símbolo de nuestra gastronomía y por ende muy demandada. En la **gráfica N° 33** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 33



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 60

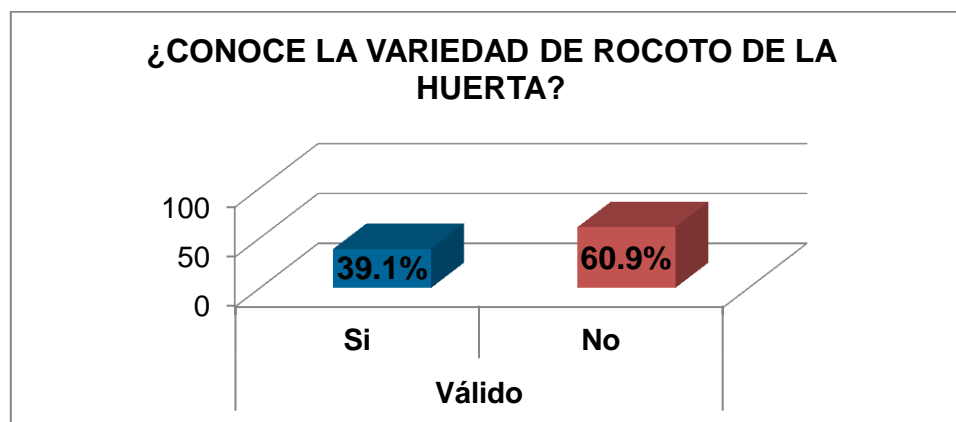
¿CONOCE LA VARIEDAD DE ROCOTO DE LA HUERTA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	9	39.1	39.1	39.1
Válido No	14	60.9	60.9	100.0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa en la **tabla N° 60** que en promedio el 60.9% de los vendedores no conocen el rocoto de la huerta y que solo el 39.1% conoce esta variedad. En el Gran mercado mayorista de Lima solo 9 vendedores de los 23 conocen el rocoto de la huerta, esto se debe a que este grupo reducido son de la selva y se dedican a comercializar este ají. En la **gráfica N° 34** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICA N° 34



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 61

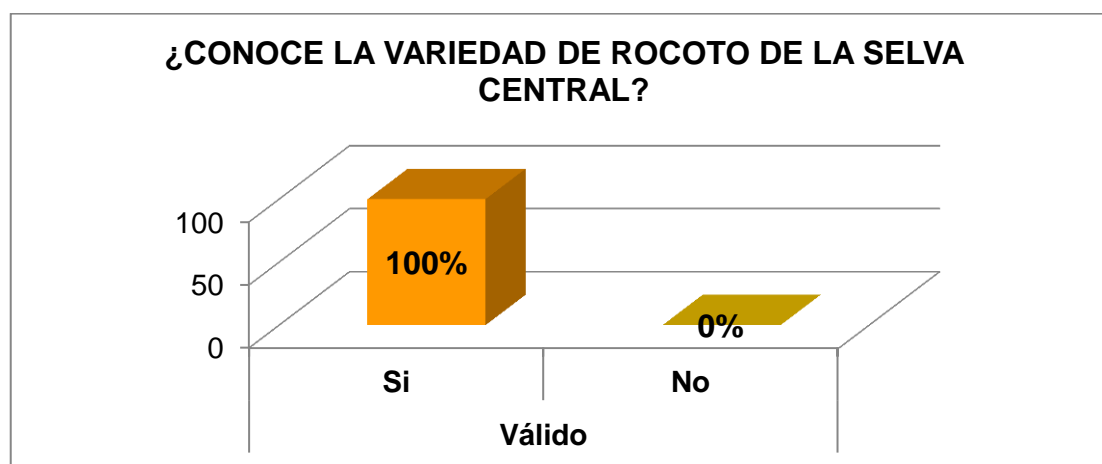
¿CONOCE LA VARIEDAD DE ROCOTO DE LA SELVA CENTRAL?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	23	100.0	100.0	100.0
Válido No	0	0	0	0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa en la tabla **N° 61** que la totalidad en un 100% de los vendedores conocen el rocoto de la selva central; debido a que esta variedad se encuentra ampliamente en el Gran mercado mayorista, y debido al tiempo que tienen comercializando ajíes , este ají es demandado por su sabor. En la **gráfica N° 35** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 35



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

TABLA N° 62

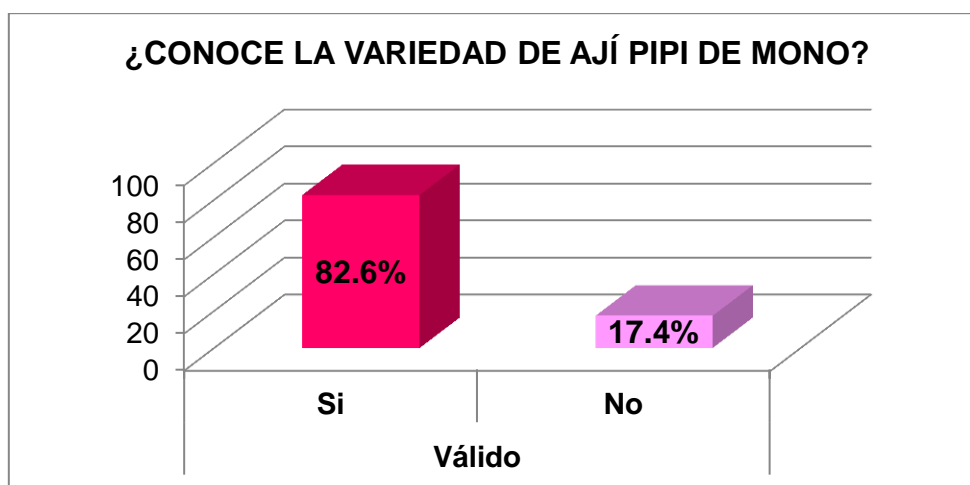
¿CONOCE LA VARIEDAD DE AJÍ PIPI DE MONO?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	19	82.6	82.6	82.6
Válido No	4	17.4	17.4	100.0
Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa que en la tabla N° 62 que el promedio de 82.6% de los vendedores si conocen el ají pipi de mono y el 17.4 no conocen esta variedad. La mayoría de los vendedores que son 19 tienen conocimiento de esta variedad, pero solo 4 vendedores, que representa a la minoría no conocen dicho ají. En la **gráfica N° 36** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICA N° 36



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

PREGUNTA N° 4: ¿TIENE PROBLEMA DE ABASTECIMIENTO EN LOS SIGUIENTES AJÍES?

TABLA N° 63

¿TIENE PROBLEMA DE ABASTECIMIENTO EN LOS SIGUIENTES AJÍES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el ají cerezo?	No existe demanda	23	100.0	100.0	100.0
	Ningun problema	0	0	0	0
	Percibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Precios altos	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el ají cacho de cabra?	No existe demanda	23	100.0	100.0	100.0
	Ningun problema	0	0	0	0
	Percibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Precios altos	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	
¿Qué problemas de	Ningun problema	11	47.8	47.8	47.8

abastecimiento tiene el ají limo?	No existe demanda	12	52.2	52.2	100.0
	Percibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Precios altos	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el ají mochoero?	Precios altos	1	4.3	4.3	4.3
	No existe demanda	22	95.7	95.7	100.0
	Percibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Ningun problema	0	0.0	0.0	0.0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el ají arnaicho?	No existe demanda	23	100.0	100.0	100.0
	Ningun problema	0	0	0	0
	Percibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Precios altos	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100	100	
¿Qué problemas de abastecimiento	No existe demanda	23	100.0	100.0	100.0
	Ningun	0	0	0	0

tiene el ají verde?	problema				
	Percibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Precios altos	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el ají paca?	No existe demanda	23	100.0	100.0	100.0
	Ningun problema	0	0	0	0
	Percibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Precios altos	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el ají amarillo?	Ningun problema	23	100.0	100.0	100.0
	Percibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Precios altos	0	0	0	0
	No existe demanda	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el ají panca?	Estacionalidad	15	65.2	65.2	65.2
	No existe demanda	8	34.8	34.8	100.0
	Ningun problema	0	0	0	0

	Precios altos	0	0	0	0
	Percibilidad	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el ají ayuyo?	No existe demanda	23	100.0	100.0	100.0
	Ningun problema	0	0	0	0
	Percibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Precios altos	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el ají challuaruro?	Precios altos	2	8.7	8.7	8.7
	No existe demanda	21	91.3	91.3	100.0
	Ningun problema	0	0	0	0
	Percibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el ají charapita?	No existe demanda	23	100.0	100.0	100.0
	Precios altos	0	0	0	0
	Ningun problema	0	0	0	0
	Percibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0

	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el ají dulce?	No existe demanda	23	100.0	100.0	100.0
	Precios altos	0	0	0	0
	Ningun problema	0	0	0	0
	Perecibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.00	100.00	
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el ají pucunucho?	No existe demanda	23	100.0	100.0	100.0
	Precios altos	0	0	0	0
	Ningun problema	0	0	0	0
	Perecibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el ají malagueta?	No existe demanda	23	100.0	100.0	100.0
	Precios altos	0	0	0	0
	Ningun problema	0	0	0	0
	Perecibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0

	Total	23	100	100	
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el rocoto?	Ningun problema	23	100.0	100.0	100.0
	No existe demanda	0	0	0	0
	Precios altos	0	0	0	0
	Percibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el rocoto de huerta?	Ningun problema	23	100.0	100.0	100.0
	No existe demanda	0	0	0	0
	Precios altos	0	0	0	0
	Percibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	
¿Qué problemas de abastecimiento tiene el rocoto de la selva central?	Ningun problema	23	100.0	100.0	100.0
	No existe demanda	0	0	0	0
	Precios altos	0	0	0	0
	Percibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	

¿Qué problemas de abastecimiento tiene el ají pipi de mono?	No existe demanda	23	100.0	100.0	100.0
	Ningun problema	0	0	0	0
	Precios altos	0	0	0	0
	Perecibilidad	0	0	0	0
	Estacionalidad	0	0	0	0
	Transporte	0	0	0	0
	Total	23	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

Se observa en la **tabla N° 63** referente si existe problemas de abastecimiento, la siguiente información:

- El ají cerezo tiene un promedio de 100% que indica que no existe demanda, y por consiguiente los vendedores no pueden traer esta variedad e ají porque les ocasiona pérdidas.
- El ají cacho de cabra dio como problema de abastecimiento, según los vendedores que en un 100% no existe demanda de este ají, por eso esta variedad de ají no es comercializada.
- En cuanto al ají limo los vendedores indicaron en un 47.8% que no existe ningún problema en cuanto al abastecimiento de este ají, pero cabe mencionar que el porcentaje que dio esta respuesta son los vendedores que se dedican a comercializar esta variedad, y el otro porcentaje de 52.2% indico que no existe demanda debido a que no todos los vendedores de ají distribuyen esta variedad, ya que el mercado se encuentra dividido entre vendedores que venden ajíes secos.

- En el caso del ají mochero los vendedores indicaron en un promedio de 95.7% que el problema del abastecimiento de dicho ají, es la ausencia de demanda de los compradores, y solo el 4.3% del problema de abastecimiento se debe a los precios altos de este ají. Por estas razones no se encontraron en el Gran mercado mayorista de Lima ya que sumado con la falta de demanda y los precios altos, hace que el vendedor no se arriesgue a traer esta variedad.
- La encuesta planteada a los vendedores dio como resultado en el caso del ají arnaucho que el problema del abastecimiento en su 100% es la falta de demanda de este ají.
- El ají verde en promedio de un 100% indica que el problema de abastecimiento según los vendedores es la falta de demanda que existe de este ají, por lo cual no es traído para la comercialización.
- En cuanto al ají pacaee el problema de abastecimiento según los vendedores recae sobre un 100% en la ausencia de demanda de esta variedad de ají. En **la gráfica N° 43** se representa los resultados en porcentajes.
- En caso del ají amarillo no existe ningún tipo de problema ya que se ve reflejado en un 100% que indicado que no se encuentra problemas en el abastecimiento; y además este porcentaje se refleja en los puestos de ajíes, ya sea en la área de ajíes secos y frescos se encuentra esta variedad en abundancia.
- El problema de abastecimiento del ají panca se debe en promedio de 65.2% a la estacionalidad de este ají, ya que según indicaron los

vendedores este ají es escaso en la época de verano; pero sin embargo a pesar de ser escaso en esa época es demandado, y por ende comercializado aunque se eleve el precio; y también indicaron los vendedores en un 34,8% que no existe demanda; ya que este grupo de vendedores no se dedican a la comercialización de este tipo de ají.

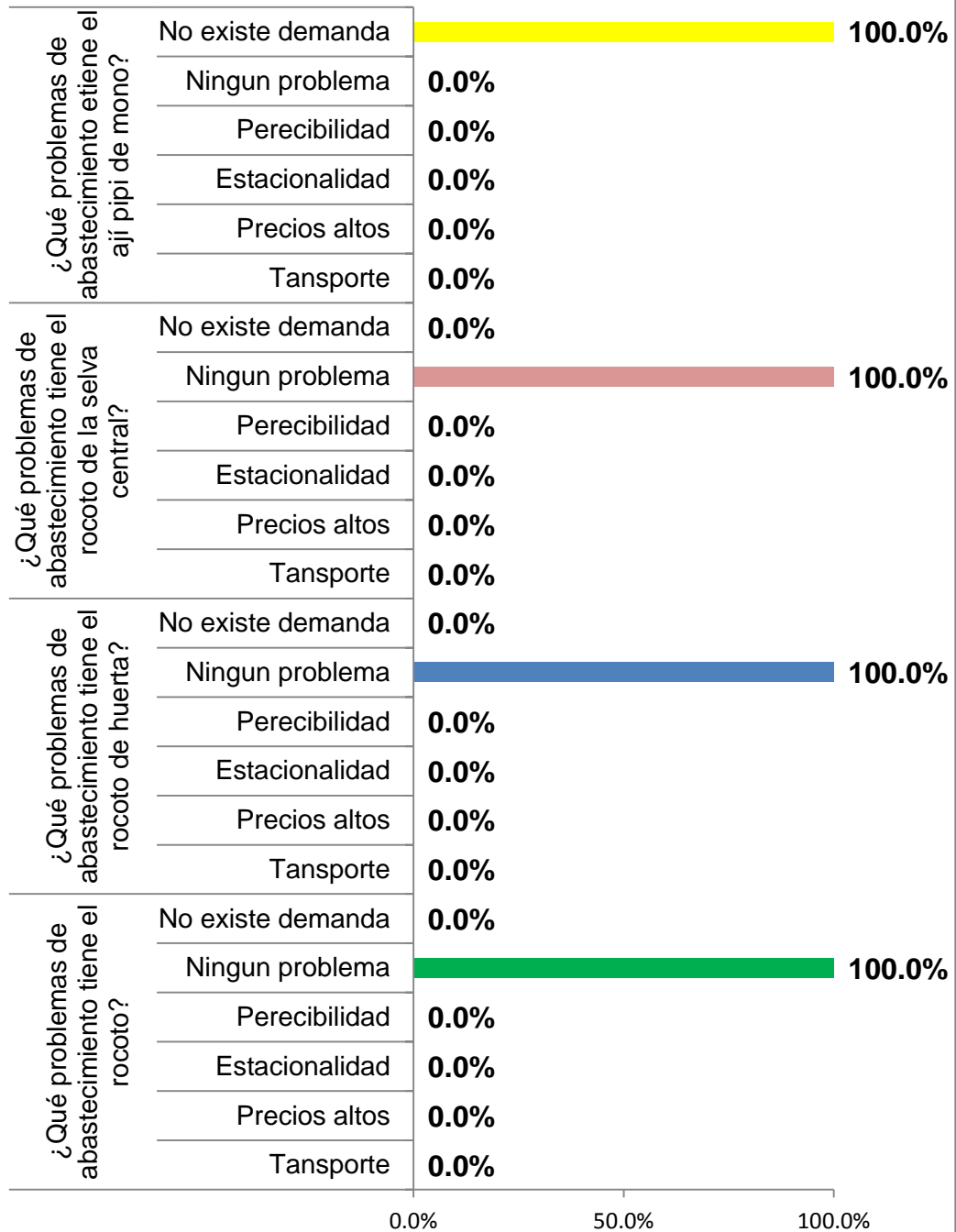
- El problema de abastecimiento de ají ayuyo según los vendedores es en promedio en un 100% que indica que no existe demanda, por consiguiente no existe motivo para abastecerse de este ají.
- En el caso del ají challuaruro los vendedores indicaron que no existe demanda en un 91.3% como problema de abastecimiento; pero en un promedio de 8.7% señalaron que el problema de abastecimiento eran los precios altos de este ají; ya que es una variedad rica en sabor lo cual hace que tenga precios altos a comparación de los otros ajíes; esta cantidad de vendedores que señalaron este porcentaje se debe a que traen un poco cantidad de este ají a pesar de los precios altos, ya que tienen comparadores fijos que piden este ají.
- En el caso del ají charapita los vendedores en un 100% indicaron que el problema de abastecimiento se debía a la falta de demanda de este ají.
- En el caso del ají pucunucho los vendedores en un 100% indicaron que el problema de abastecimiento se debía a la falta de demanda de este ají.
- En el caso del ají dulce los vendedores en un 100% indicaron que el problema de abastecimiento se debía a la falta de demanda de este ají.
- En el caso del ají malagueta los vendedores en un 100% indicaron que el problema de abastecimiento se debía a la falta de demanda de este ají.

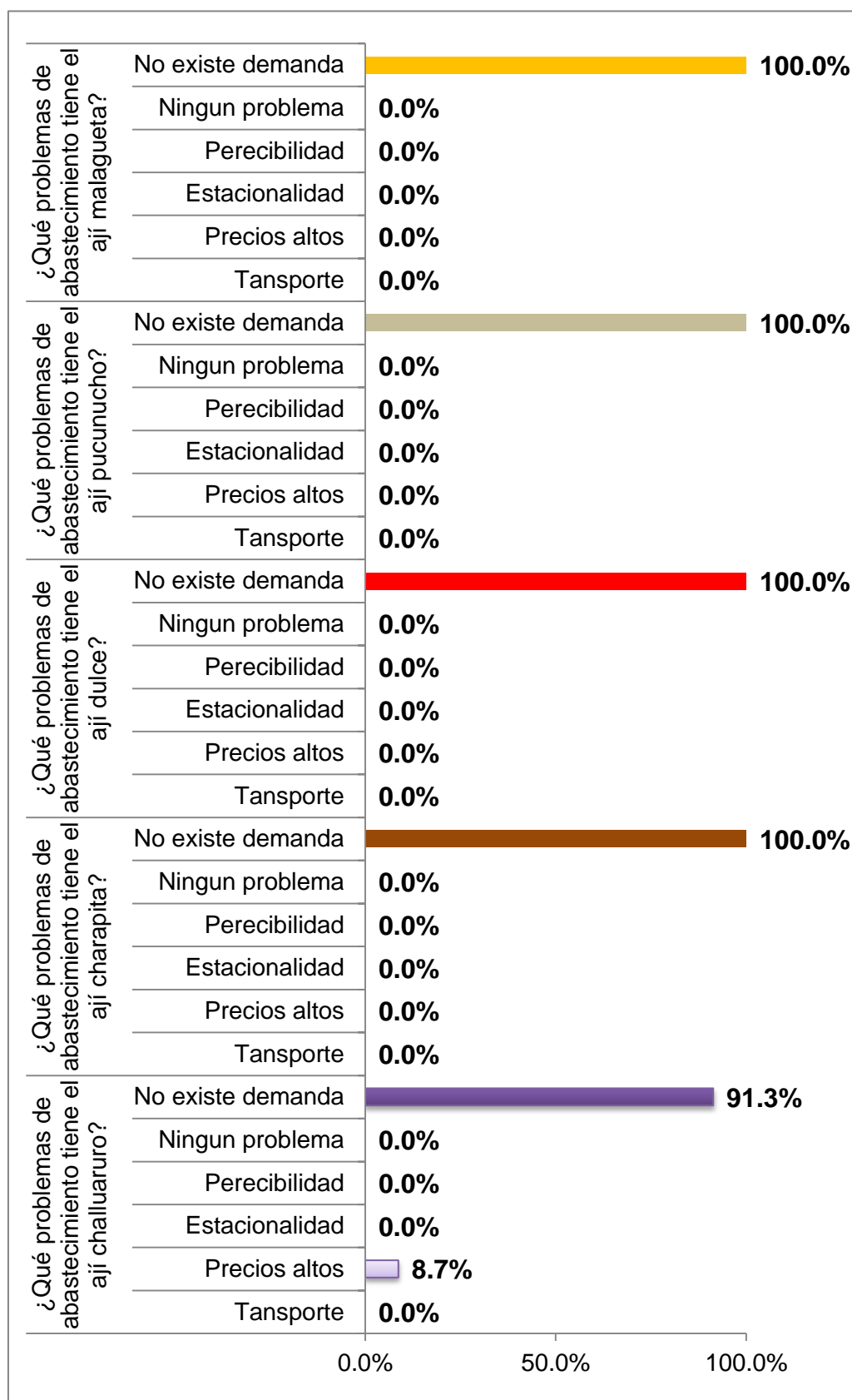
- Según los vendedores en un 100% indicaron que el rocoto no tienen ningún problema de abastecimiento, esto se refleja en los puestos del mercado ya que se encuentra en abundancia esta variedad.
- Según los vendedores en un 100% indicaron que el rocoto de la huerta no tienen ningún problema de abastecimiento, esto se refleja en los puestos del mercado ya que se encuentra esta variedad.
- Según los vendedores en un 100% indicaron que el rocoto de la selva central no tienen ningún problema de abastecimiento, esto se refleja en los puestos del mercado ya que se encuentra esta variedad.
- En el caso del ají pipi de mono los vendedores de ajíes indicaron que en un 100% el problema de abastecimiento de este ají se debe a la ausencia de demanda.

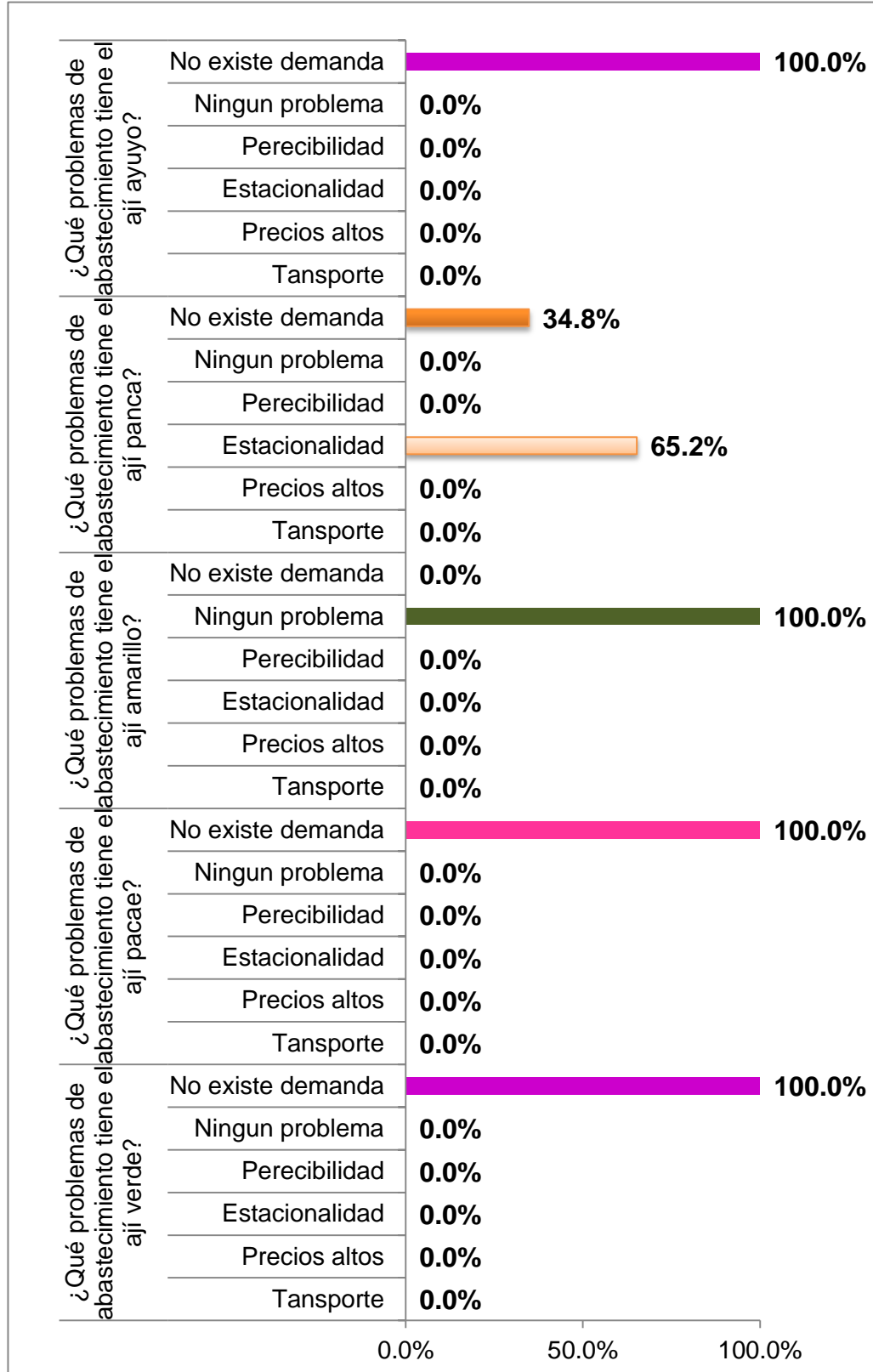
En la **gráfica N° 37** se representa los resultados en porcentajes.

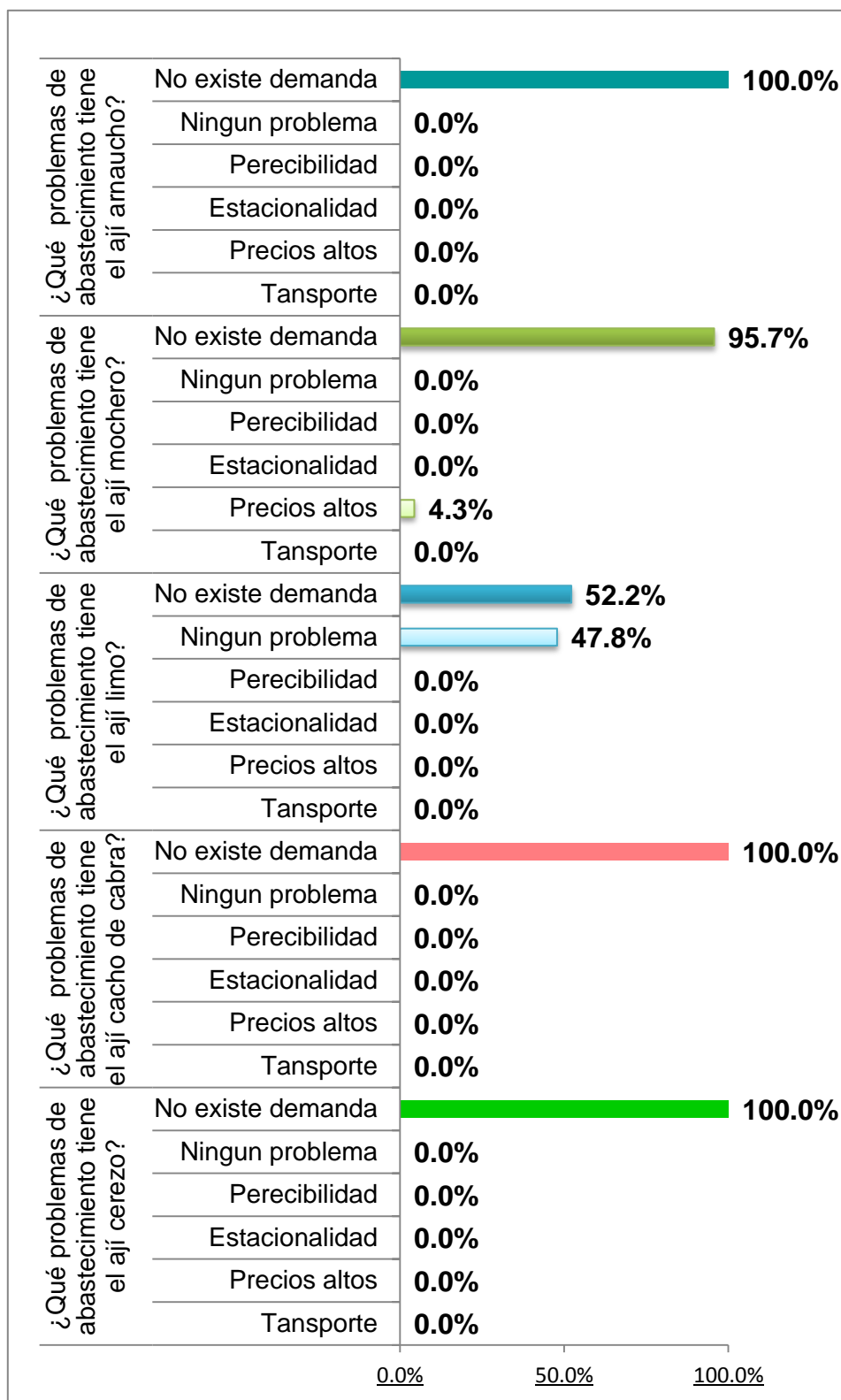
GRÁFICO N° 37

¿Tiene problema de abastecimiento en los siguientes ajíes?









Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

PREGNTA N° 5: ¿SUS CLIENTES LE MANIFIESTAN LA FINALIDAD DE LA COMPRA? DE SER (SI) PARA QUE TIPO DE PREPARACIÓN LO UTILIZAN:

TABLA N° 64

		Recuento	% del N de columna
¿Sus clientes manifiestan la finalidad de la compra?	Si	23	100.0%
	No	0	0.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el ají cerezo?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos fríos	0	0.0%
	No utilizan	23	100.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el ají cacho de cabra?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos fríos	0	0.0%
	No utilizan	23	100.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el ají limo?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	11	47.8%
	No utilizan	12	52.2%
¿Para qué tipo de	Salsas	0	0.0%

preparación utiliza su cliente el ají mochero?	Platos calientes	0	0.0%
	Platos fríos	0	0.0%
	No utilizan	23	100.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el ají arnaucho?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos fríos	0	0.0%
	No utilizan	23	100.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el ají verde?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos fríos	0	0.0%
	No utilizan	23	100.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el aji paca?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos fríos	0	0.0%
	No utilizan	23	100.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el aji amarillo?	Salsas	4	17.4%
	Platos calientes	1	4.3%
	Platos fríos	4	17.4%
	No utilizan	14	60.9%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el aji panca?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	5	21.7%
	Platos fríos	0	0.0%
	No utilizan	18	78.3%
¿Para qué tipo de	Salsas	0	0.0%

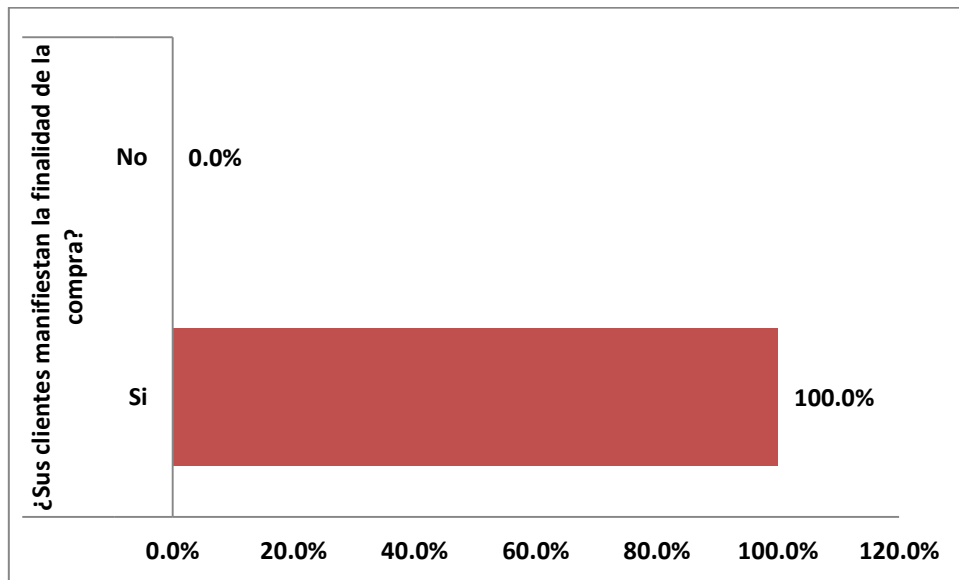
preparación utiliza su cliente el aji ayuyo?	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	0	0.0%
	No utilizan	23	100.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el aji challuaruro?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	0	0.0%
	No utilizan	23	100.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el aji charapita?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	0	0.0%
	No utilizan	23	100.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el aji dulce?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	0	0.0%
	No utilizan	23	100.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el aji pucunucho?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	0	0.0%
	No utilizan	23	100.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el aji malagueta?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	0	0.0%
	No utilizan	23	100.0%
¿Para qué tipo de	Salsas	9	39.1%

preparación utiliza su cliente el rocoto?	Platos calientes	4	17.4%
	Platos frios	2	8.7%
	No utilizan	8	34.8%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el rocoto de la huerta?	Salsas	9	39.1%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	0	0.0%
	No utilizan	14	60.9%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el rocoto de la selva central?	Salsas	6	26.1%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	7	30.4%
	No utilizan	10	43.5%
¿Para qué tipo de preparación utiliza su cliente el aji pipi de mono?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	0	0.0%
	No utilizan	23	100.0%

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

En la **tabla N° 64** el 100% en promedio de los vendedores indicaron que los compradores de ajíes les comentaban el motivo por el cual compraban las variedades de ajíes. En la **gráfica N° 38** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICA N° 38



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

En la **tabla N° 64** los vendedores indicaron que los compradores les indicaba la utilización de los ajíes; los cuales manifestaron lo siguiente:

- El ají cerezo tiene un promedio de 100% que indica que los compradores no utilizan para ninguna preparación, según los vendedores. Según indicaron los vendedores las personas no compran este tipo de ají; por lo cual no lo utilizan para ninguna preparación.
- El ají cacho de cabra, según los vendedores, indicaron que los compradores no lo utilizan para ninguna preparación en un 100%; ya que no se comercializa este ají.
- En cuanto al ají limo los vendedores indicaron en un 47.8% que lo utilizan para la preparación de platos fríos; este porcentaje refleja el total

de vendedores que comercializa este tipo de ají en el pabellón “A”; y un 52.2% indicaron q no lo utilizan; debido a que estos vendedores no se dedican a vender esta variedad de ají.

- En el caso del ají mochero los vendedores indicaron en un promedio de 100% que no se utiliza esta variedad; ya que no es comercializada en el Gran mercado mayorista de Lima.
- La encuesta planteada a los vendedores dio como resultado en el caso del ají arnaucho que no lo utilizan en un 100% ya que no es comercializado.
- El ají verde en promedio de un 100% indica que no lo utilizan según los vendedores, ya que no es comercializado en el Gran mercado mayorista de Lima.
- En cuanto al ají paca no es utilizado en ningún tipo de preparación según los vendedores en un 100%; debido a que no es comercializado; y por ende adquirido por los compradores.
- En caso del ají amarillo según los vendedores; el 17.4% lo utilizan para la preparación de salsas; el 4.3% lo utilizan en platos calientes; el 17.4% lo utilizan en la preparación de platos fríos. Pero el 60.9% indicaron que no lo utilizan; debido a que este grupo de vendedores que representa el 60.9% no se dedican a vender esta variedad de ají.
- Los vendedores indicaron que el ají panca es utilizado en platos calientes en un 21.7%. Los vendedores que indicaron esto, comercializaban esta variedad de ají. Pero el 78.3% indicaron que no lo utilizan, debido a que este porcentaje no comercializan este tipo de ají.

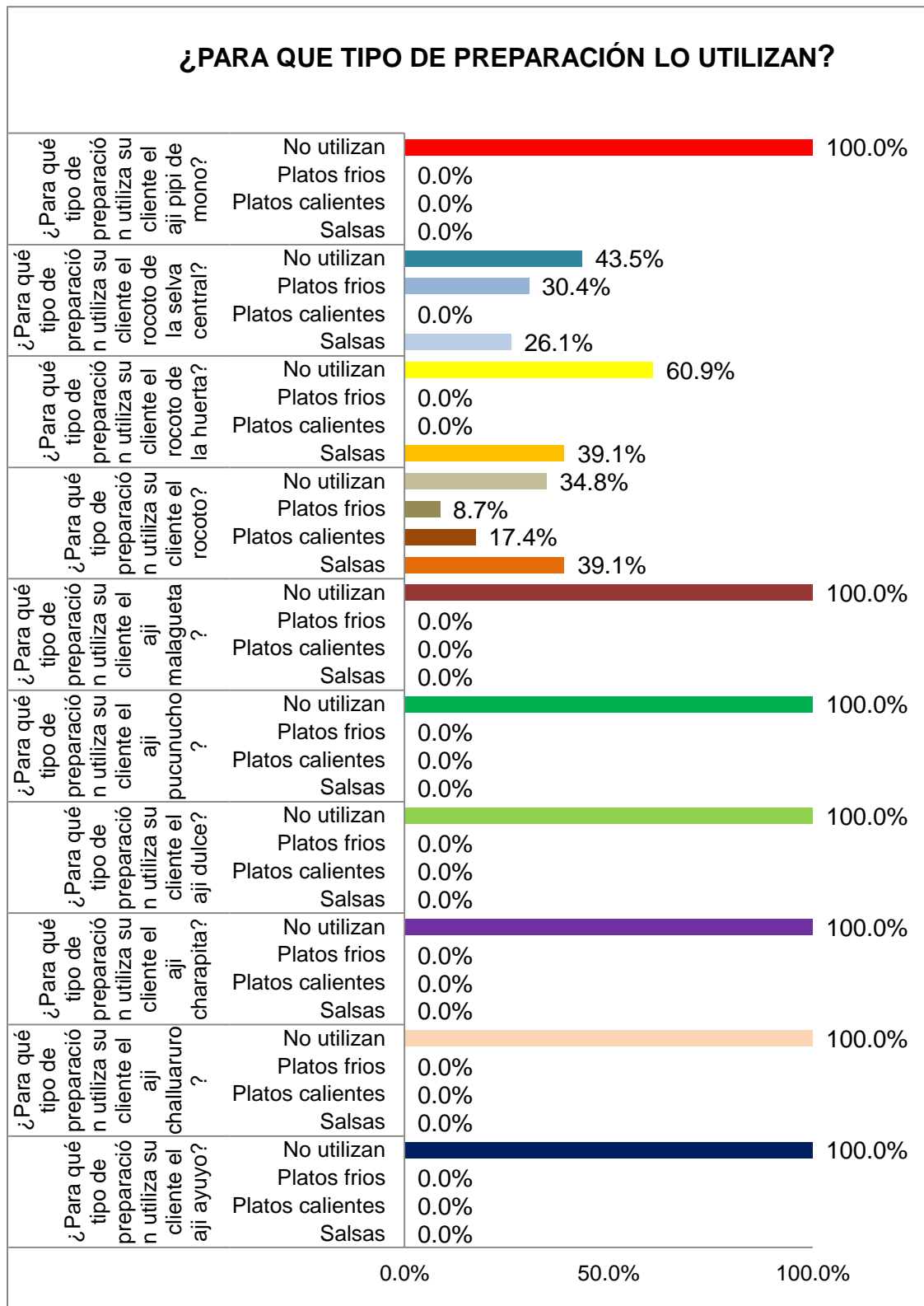
- La utilización del ají ayuyo según los vendedores es en promedio en un 100% que indica que no lo utilizan para ninguna preparación debido a que no existe comercialización en el Gran mercado mayorista de Lima.
- En el caso del ají challuaruro los vendedores indicaron que no es utilizado en ninguna preparación en un 100%, ya que no es comercializado.
- En el caso del ají charapita los vendedores en un 100% indicaron que no es utilizado en ninguna preparación; ya que no es comercializado en el Gran mercado mayorista de Lima.
- En el caso del ají pucunucho los vendedores en un 100% indicaron que no es utilizado en ninguna preparación, ya que no se comercializa esta variedad.
- En el caso del ají dulce los vendedores en un 100% indicaron que no es utilizado en ninguna preparación; ya que no es comercializado.
- En el caso del ají malagueta los vendedores en un 100% indicaron que no es utilizado; ya que no existe comercialización de esta variedad.
- Según los vendedores de rocoto indicaron en un 39.1% que es utilizado en salsas, el 17.4% en platos calientes, el 8.7% en platos fríos. Estos porcentajes hacen referencia a los vendedores que comercializan esta variedad; ya que el 34.8% indicaron que no utilizan, ya que este porcentaje no se dedica a la comercialización del rocoto.
- Según los vendedores en un 39.1% indicaron que el rocoto de la huerta es utilizado en salsas; ya que este porcentaje de vendedores se dedican a comercializar este tipo de ají. Pero el 60.9% indicaron que no es utilizado, debido a que este porcentaje de vendedores no comercializan

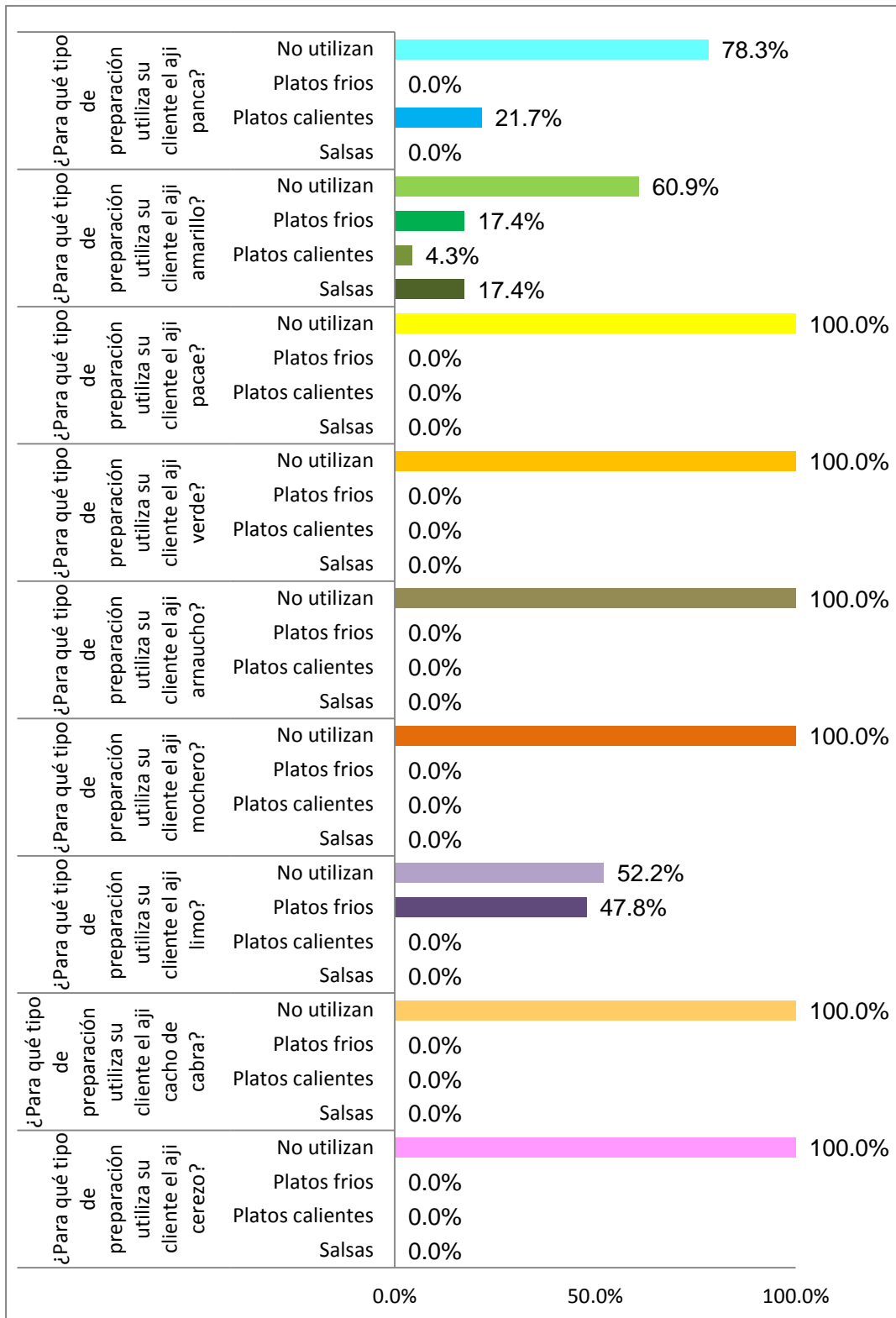
el rocoto de la huerta no tienen ningún problema de abastecimiento, esto se refleja en los puestos del mercado ya que se encuentra esta variedad.

- Según los vendedores en un 26.1% indicaron que el rocoto de la selva central es utilizado en salsas, un 30.4% en platos fríos. Pero sin embargo un 43.5% indicó que no lo utilizan; ya que este porcentaje de vendedores no se dedican a comercializar el rocoto de la selva central.
- En el caso del ají pipi de mono los vendedores de ajíes indicaron que en un 100% no es utilizado; ya que no es comercializado en el Gran mercado mayorista de Lima.

En la **gráfica N° 39** se representan los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 39





Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

PREGUNTA N°6: ¿SABE USTED PORQUE PREFIEREN ESAS VARIEDADES DE AJÍES? SI ES (SI) ¿POR QUÉ?

TABLA N° 65

		Recuento	% del N de columna
¿Sabe usted por qué prefieren esas variedades de ajíes?	Si	23	100.0%
	No	0	0.0%
¿Por qué su cliente prefiere el aji cerezo?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	23	100.0%
¿Por qué su cliente prefiere el aji cacho de cabra?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	23	100.0%
¿Por qué su cliente prefiere el aji limo?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	12	52.2%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	11	47.8%
¿Por qué su cliente prefiere aji mochero?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	23	100.0%

¿Por qué su cliente prefiere el aji arnaucho?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	23	100.0%
¿Por qué su cliente prefiere el aji verde?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	23	100.0%
¿Por qué su cliente prefiere el aji paca?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	23	100.0%
¿Por qué su cliente prefiere el aji amarillo?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	9	39.1%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	14	60.9%
¿Por qué su cliente prefiere el aji panca?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	5	21.7%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	18	78.3%
¿Por qué su cliente prefiere el aji ayuyo?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	23	100.0%

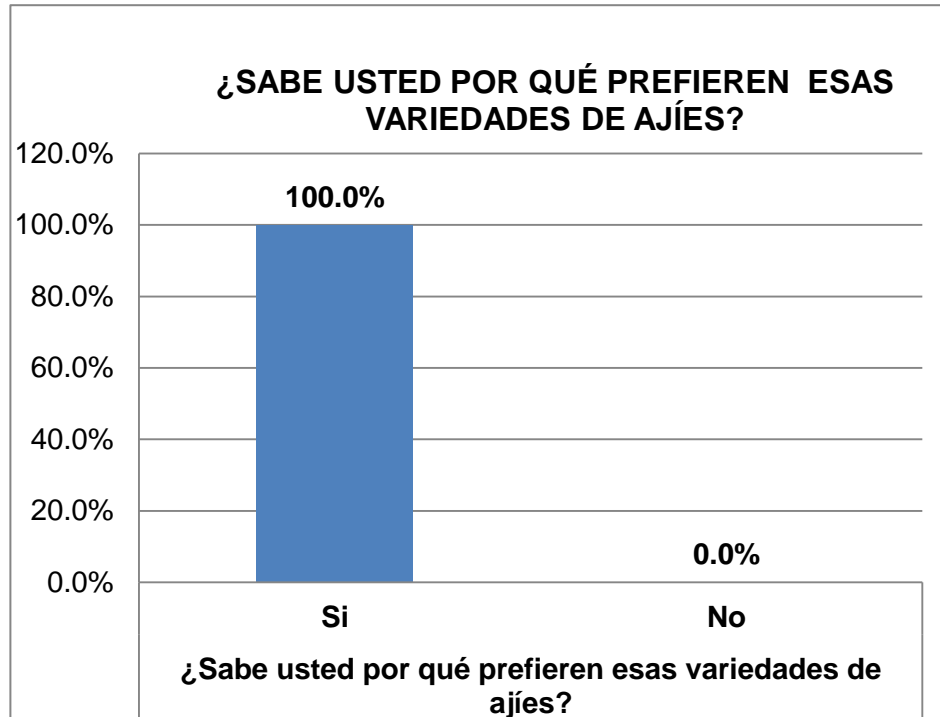
¿Por qué su cliente prefiere el aji challuaruro?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	1	4.3%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	22	95.7%
¿Por qué su cliente prefiere el aji charapita?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	23	100.0%
¿Por qué su cliente prefiere el aji dulce?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	23	100.0%
¿Por qué su cliente prefiere el aji pucunucho?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	23	100.0%
¿Por qué su cliente prefiere el aji malagueta?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	23	100.0%
¿Por qué su cliente prefiere el rocoto?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	14	60.9%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	9	39.1%

¿Por qué su cliente prefiere el rocoto de la huerta?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	7	30.4%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	16	69.6%
¿Por qué su cliente prefiere el rocoto de la selva central?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	15	65.2%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	8	34.8%
¿Por qué su cliente prefiere el aji pipi de mono?	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
	Precios bajos	0	0.0%
	No opinan	23	100.0%

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

En la **tabla N° 65** los vendedores en un promedio de 100% indicaron que los compradores les manifestaban porque compraban esas variedades, En la **gráfica N° 40** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICA N° 40



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

En la **tabla N° 65** los vendedores indicaron porque los compradores prefieren las siguientes variedades de ajíes:

- El ají cerezo tiene un promedio de 100% que no opinan, debido a que no se comercializa esta variedad y no es demandada.
- El ají cacho según los vendedores indicaron que no opinan en un 100% ya que no es comercializado esta variedad y no se tiene conocimiento.

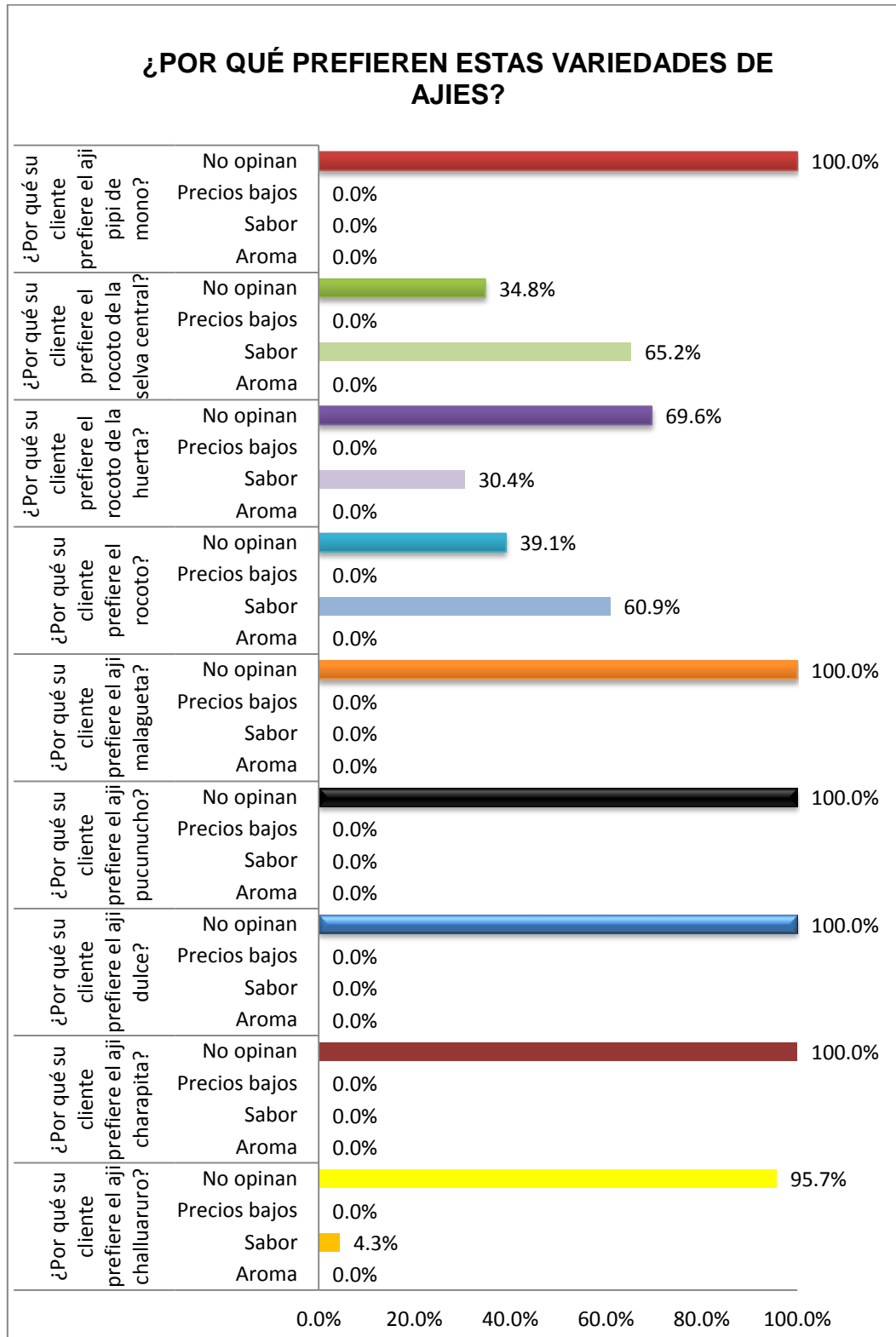
- En cuanto al ají limo los vendedores indicaron en un 52.2% que lo prefieren por su sabor. Este porcentaje representa el total de vendedores de ají limo en el Gran mercado mayorista de Lima. Pero 47.8% no opina debido a que no comercializa esta variedad.
- En el caso del ají mochero los vendedores indicaron en un promedio de 100% que no opinan, ya que no comercializan esta variedad.
- La encuesta planteada a los vendedores dio como resultado en el caso del ají arnaucho que el 100% no opina de las preferencias, por las cuales se adquiere esta variedad; debido a que no se comercializa el ají arnaucho.
- El ají verde en promedio de un 100% indica que no opinan sobre porque se prefiere esta variedad, debido a que no se comercializa.
- En cuanto al ají paca en un 100% indica que no opinan sobre porque se prefiere esta variedad, debido a que no se comercializa.
- En caso del ají amarillo indicaron en un 39.1% que lo prefieren por el sabor. Los vendedores dieron a conocer que al comprador no le importaba el precio, porque este tipo de ají es muy solicitado por los compradores. Este porcentaje refleja el grupo de vendedores que se dedican a comercializar la variedad de ají amarillo. El 60.9% no opinan debido a que este grupo no se dedica a la comercialización de este ají.
- La razón de la preferencia del ají panca se debe en promedio de 21.7% a su sabor según los vendedores; este porcentaje refleja la cantidad de vendedores que comercializan esta variedad. Pero el 78.3% no opinan, ya que no comercializan esta variedad.

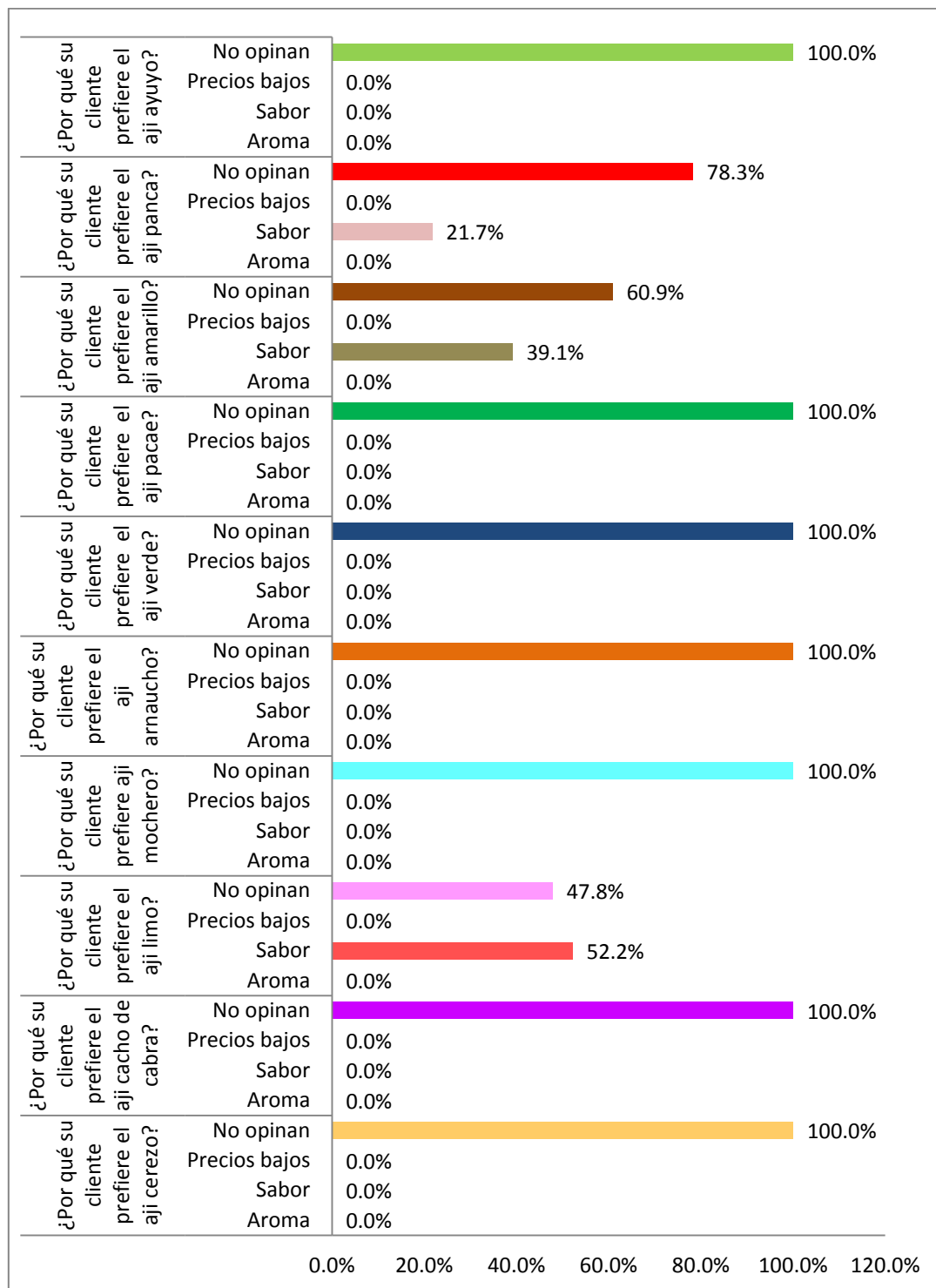
- En el caso del ají ayuyo según los vendedores indicaron en promedio de un 100% no opinan, ya que no se comercializa esta variedad en el Gran mercado mayorista de Lima.
- En el caso del ají challuaruro los vendedores indicaron que los compradores que existen de este ají lo prefieren por su sabor en un 4.3%; pero el 95.7% no opinan, ya que no es comercializado en el Gran mercado mayorista de Lima; según algunos vendedores indicaron que traen de esta variedad de ají en pequeñas proporciones y por pedidos.
- En el caso del ají charapita los vendedores en un 100% indicaron que no opinan de las preferencias ya que no comercializan este ají.
- En el caso del ají pucunucho los vendedores en un 100% indicaron que no opinan referentes a las preferencias del comprador referente a este ají, ya que no se comercializa en el Gran mercado mayorista de Lima.
- En el caso del ají dulce los vendedores en un 100% indicaron que no opinan referente a las preferencias por este ají, ya que no comercializan esta variedad.
- En el caso del ají malagueta los vendedores en un 100% indicaron que no opinan referente a las preferencias por este ají; ya que no comercializan esta variedad.
- Según los vendedores en un 60.9% indicaron que el rocoto lo prefieren por el sabor; pero sin embargo el 39.1% no opinan; ya que este porcentaje de vendedores no se dedican a la venta de rocoto.
- Según los vendedores en un 30.4% indicaron que el rocoto de la huerta lo prefieren por su sabor. Pero el 69.6% no opinan de las preferencias;

debido a que este porcentaje de vendedores no se dedican a comercializar el rocoto de la huerta.

- Según los vendedores en un 65.2% indicaron que el rocoto de la selva central lo prefieren por su sabor. Pero el 34.8% de los vendedores no opinan; debido a que este porcentaje de vendedores no comercializa esta variedad de ají.
- En el caso del ají pipi de mono los vendedores de ajíes indicaron que en un 100% que no opinan sobre las preferencias por este ají; ya que no es comercializado en el Gran mercado mayorista de Lima.

GRÁFICA N° 41





Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

PREGUNTA N° 7: ¿QUÉ TIPOS DE AJÍES LE LLEGA?

TABLA N° 66

		Recuento	% del N de columna
¿Les llega el ají cerezo?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Les llega el ají cacho de cabra?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Les llega el ají limo?	Siempre	12	52.2%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	11	47.8%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	0	0.0%
¿Les llega el ají mochero?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	1	4.3%
	Nunca	22	95.7%

¿Les llega el ají arnaicho?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Les llega el ají verde?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Les llega el ají paca?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Les llega el ají amarillo?	Siempre	9	39.1%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	14	60.9%
	Nunca	0	0.0%
¿Les llega el ají panca?	Siempre	6	26.1%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	17	73.9%

¿Les llega el ají ayuyo?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Les llega el ají challuaruro?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	1	4.3%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	22	95.7%
¿Les llega el ají charapita?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	1	4.3%
	Nunca	22	95.7%
¿Les llega el ají dulce?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Les llega el ají pucunucho?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%

¿Les llega el ají malagueta?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Les llega el rocoto?	Siempre	15	65.2%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	8	34.8%
¿Les llega el rocoto de la huerta?	Siempre	7	30.4%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	16	69.6%
¿Les llega el rocoto de la selva central?	Siempre	15	65.2%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	8	34.8%
¿Les llega el ají pipi de mono?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

En la **tabla N° 66** indica si a los vendedores del Gran mercado mayorista de Lima; les llegan los ajíes nativos.

- El ají cerezo tiene un promedio de 100% que indica que nunca les llega ají cerezo; ya que no es demandado.
- El ají cacho de cabra según los vendedores, nunca les llega; ya que no es demandado; y por ende traer este ají les ocasiona pérdidas.
- En cuanto al ají limo los vendedores indicaron en un 52.2% que siempre les llega este ají; pero un 47.8% indicaron que algunas veces, debido a que este porcentaje hace referencia a los vendedores de ajíes que no comercializan habitualmente esta variedad.
- En el caso del ají mochero los vendedores indicaron en un promedio de 95.7% que nunca les llega este ají; pero un 4.3% indicaron que casi nunca les llega este ají; ya que esto representa a los pedidos que hacen los compradores a los vendedores; es decir el ají mochero es traído cuando es pedido porque regularmente no es comercializado.
- La encuesta planteada a los vendedores dio como resultado en el caso del ají arnaucho que nunca les llega este ají en un 100%.
- El ají verde en promedio de un 100% indica nunca les llega este ají.
- En cuanto al ají pacaes los vendedores indicaron en un 100% que nunca les llega este ají.
- En caso del ají amarillo un 39,1% de los vendedores indicaron que siempre les llega este ají. Pero sin embargo un 60.9% indicaron que casi

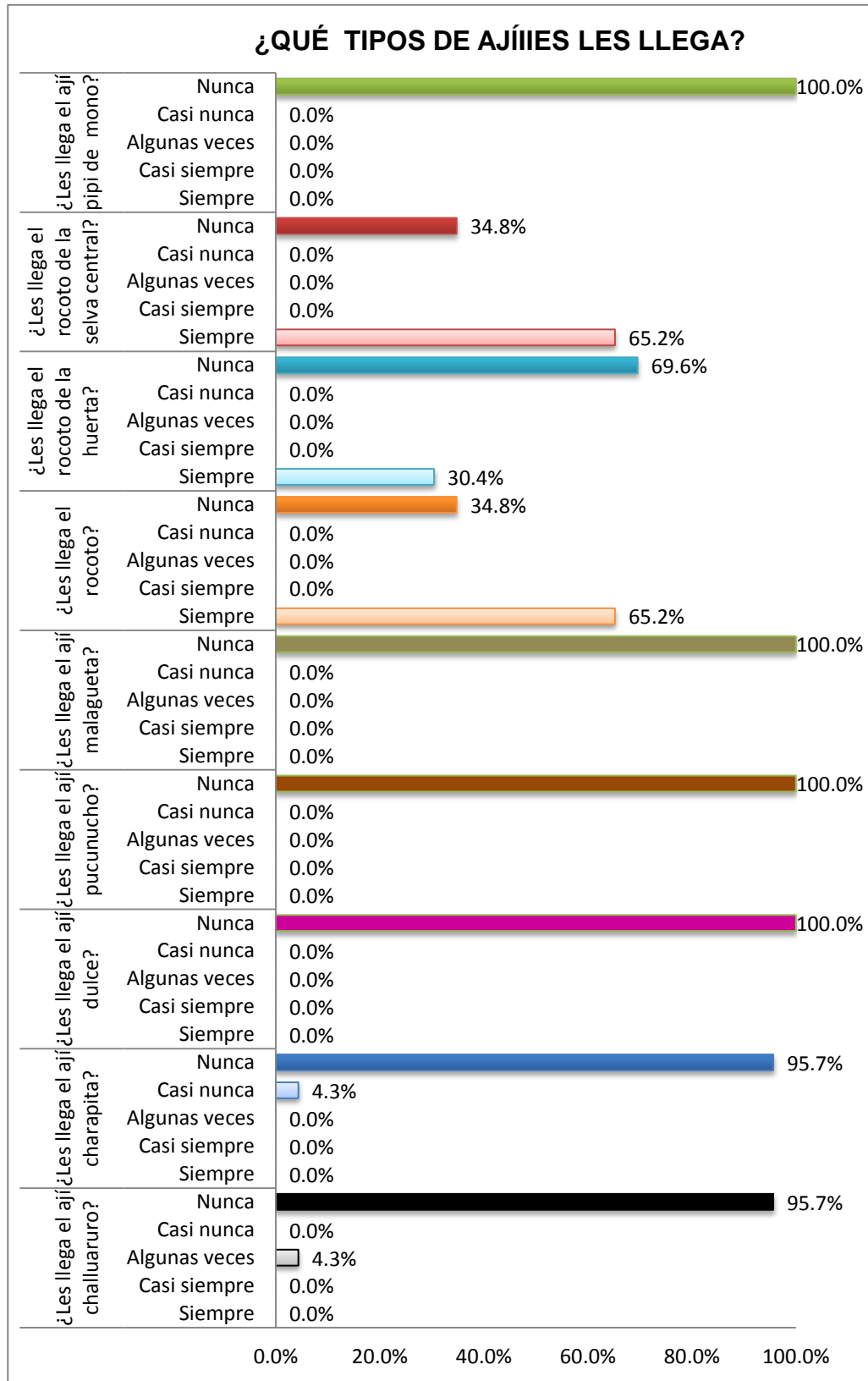
nunca les llega este ají; este porcentaje se debe a que representa a los vendedores de ajíes que no comercializan normalmente esta variedad.

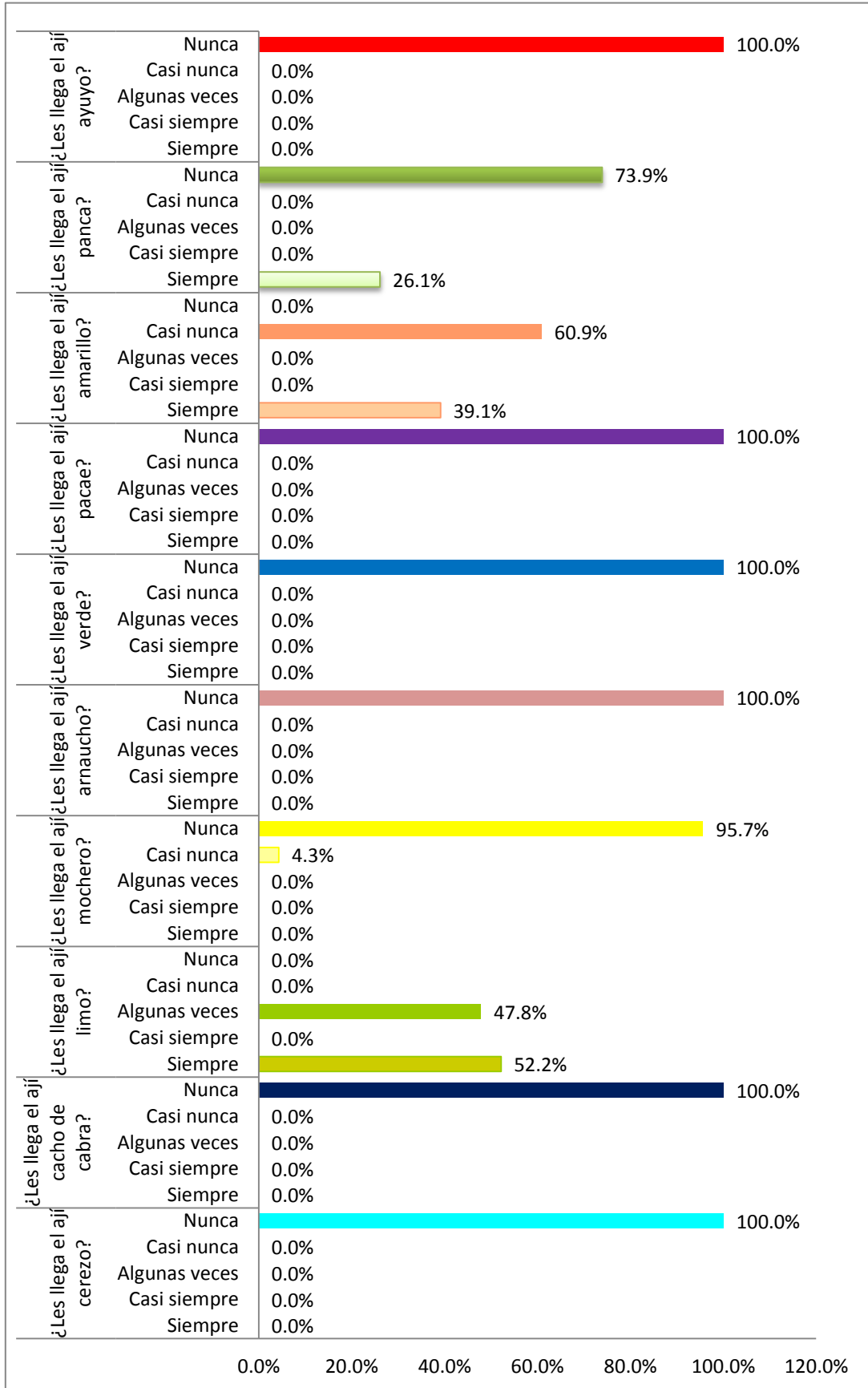
- Los vendedores indicaron que el ají panca le llega siempre con un 26.1%; pero un 73.9% dijeron que nunca les llega esta variedad, ya que este porcentaje no se dedica a comercializar el ají panca.
- Los vendedores indicaron que el ají ayuyo nunca les llega con un 100%.
- En el caso del ají challuaruro los vendedores indicaron en un 95.7% que nunca les llega este ají. Pero un 4.3% indica que algunas veces les llega el ají challuaruro, ya que algunos compradores conocen de este ají y lo demandan por su sabor.
- En el caso del ají charapita los vendedores en un 95.7% indicaron que nunca les llega este ají. Pero el 4.3% indicaron que casi nunca les llega; debido a que solo traen esta variedad cuando se hace pedido por parte del comprador; ya que no se comercializa con facilidad.
- En el caso del ají pucunucho los vendedores en un 100% indicaron que nunca les llega este ají.
- En el caso del ají dulce los vendedores en un 100% indicaron que nunca les llega esta variedad de ají.
- En el caso del ají malagueta los vendedores en un 100% indicaron que nunca les llega este ají.
- Según los vendedores en un 65.2% indicaron que el rocoto siempre les llega. Pero un 34.8% indicaron que nunca les llega; ya que no comercializan esta variedad de ají.

- Según los vendedores en un 30.4% indicaron que el rocoto de la huerta siempre les llega. Pero un 69.6% indicaron que nunca les llega, ya que este porcentaje de vendedores no se dedican a comercializar el rocoto de la huerta.
- Según los vendedores en un 65.2% indicaron que el rocoto de la selva central siempre les llega. Pero un 34.8% indicaron que nunca les llega esta variedad, debido a que no se dedican a comercializar este ají.
- En el caso del ají pipi de mono los vendedores de ajíes indicaron que en un 100% que nunca les llega este ají.

En la **gráfica N° 42** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICA N° 42





Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

PREGUNTA N° 8: ¿EXISTE DEMANDA DE LOS SIGUIENTES AJÍES?

TABLA N° 67

		Recuento	% del N de columna
¿Existe demanda del aji cerezo?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Existe demanda del aji cacho de cabra?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Existe demanda del aji limo?	Siempre	11	47.8%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	12	52.2%
¿Existe demanda del aji mochero?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%

	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	1	4.3%
	Nunca	22	95.7%
¿Existe demanda del aji arnaucho?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Existe demanda del aji verde?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Existe demanda del ají panca?	Siempre	9	39.1%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	14	60.9%
	Nunca	0	0.0%
¿Existe demanda del aji amarillo?	Siempre	6	26.1%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	17	73.9%
¿Existe demanda del aji paca?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%

	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Existe demanda del aji ayuyo?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	1	4.3%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	22	95.7%
¿Existe demanda del aji challuaruro?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	1	4.3%
	Nunca	22	95.7%
¿Existe demanda del aji charapita?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Existe demanda del aji dulce?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Existe demanda del aji pucunucho?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%

	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Existe demanda del aji malagueta?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Existe demanda del rocoto?	Siempre	15	65.2%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	8	34.8%
¿Existe demanda del rocoto de la huerta?	Siempre	7	30.4%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	16	69.6%
¿Existe demanda del rocoto de la selva central?	Siempre	15	65.2%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	8	34.8%
¿Existe demanda del aji pipi de mono?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%

	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

En la **tabla N° 67** los vendedores indicaron como los compradores demandan los ajíes.

- El ají cerezo tiene un promedio de 100% que indica que los compradores nunca demandan este ají según los vendedores.
- El ají cacho en un 100% nunca es demandado según los vendedores.
- En cuanto al ají limo los vendedores indicaron en un 47.8% que siempre demandan este ají. Pero un 52.2% indico que nunca es demandado, ya que este porcentaje representa a los vendedores de ají que no comercializan el ají limo.
- En el caso del ají mochero los vendedores indicaron en un promedio de 95.7% que nunca es demandado; pero un 4.3% indicaron que casi nunca es demandado este ají.
- La encuesta planteada a los vendedores dio como resultado en el caso del ají arnaucho que nunca es demandado este ají en un 100%.
- El ají verde en promedio de un 100% indica que nunca es demandado.
- En cuanto al ají panca los vendedores indicaron en un 39.1% que siempre es demandado. Pero un 60.9% de los vendedores indicaron que

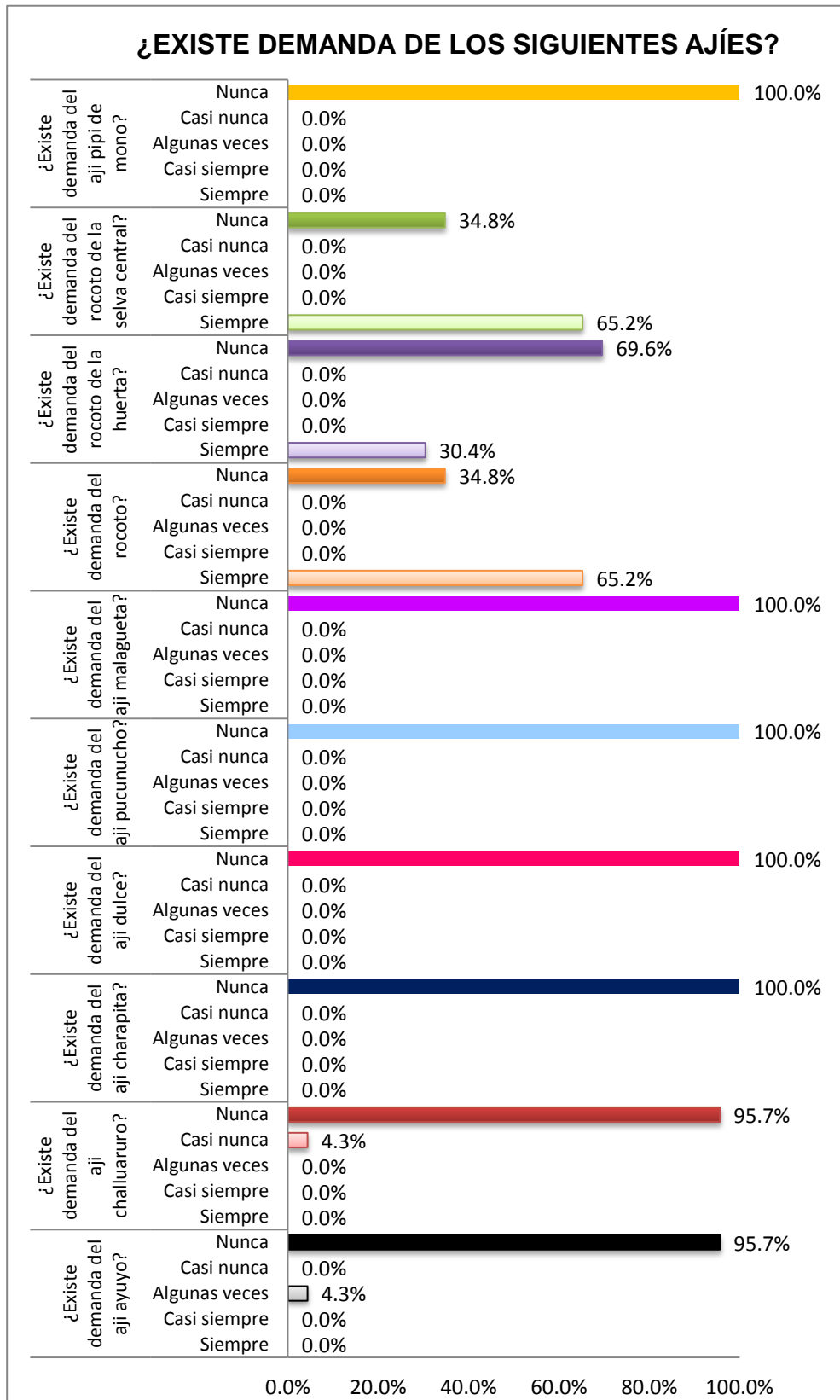
casi nunca demandan este ají, esto se debe a que este porcentaje representa los vendedores que no comercializan regularmente este aji.

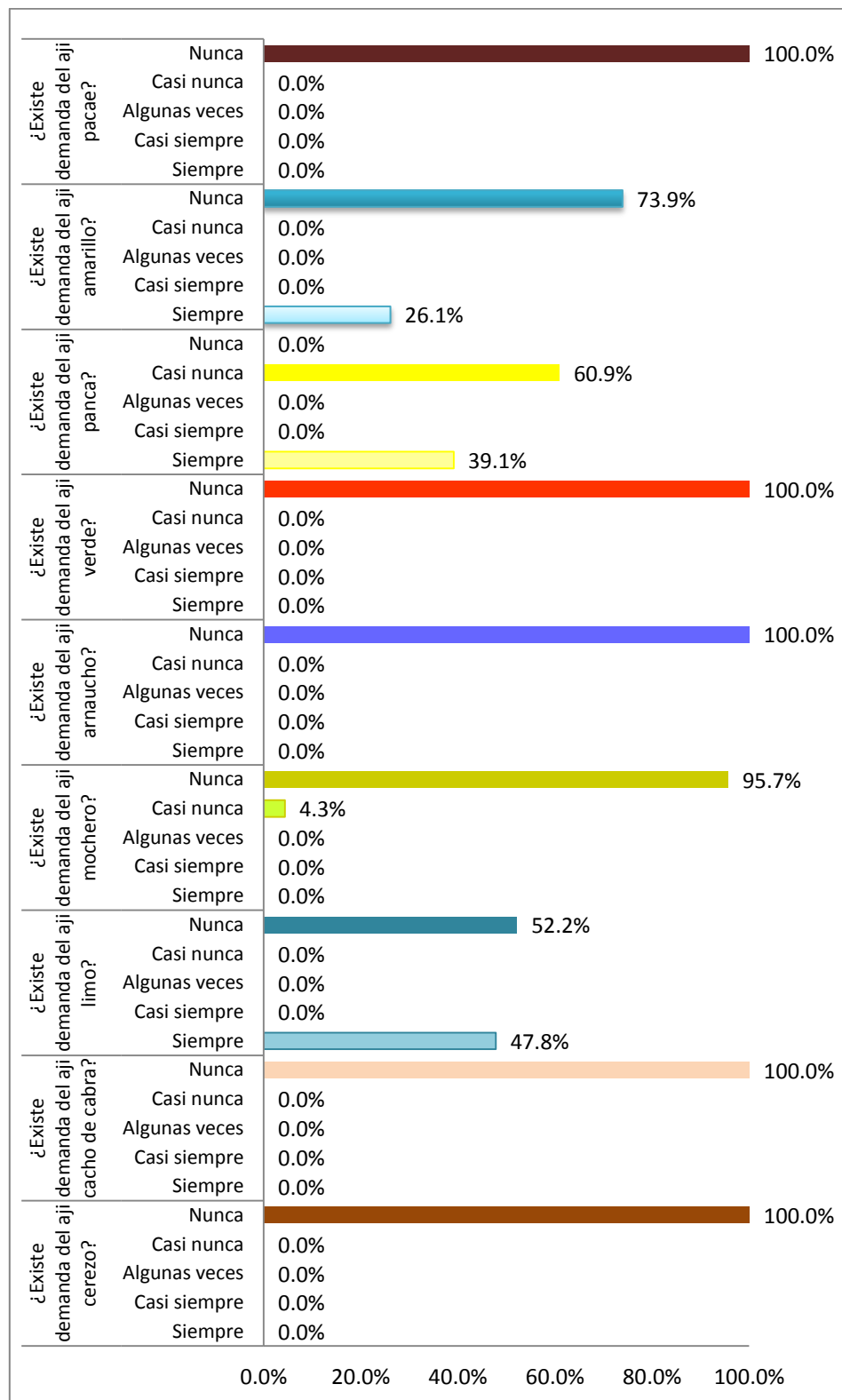
- En caso del ají amarillo un 26.1% de los vendedores indicaron que siempre demandan este ají. Pero sin embargo un 73.9% indicaron que nunca demandan este ají; este porcentaje se debe a que representa a los vendedores de ajíes que no comercializan normalmente esta variedad.
- Los vendedores indicaron que el ají pacaes en un 100% nunca es demandado.
- Los vendedores indicaron que el ají ayuyo con un 4.3% algunas veces son demandados por algunas personas que conocen de este ají; y un 95.7% indicaron que nunca es demandado este ají.
- En el caso del ají challuaruro los vendedores indicaron en un 95.7% que nunca es demandado este ají. Pero un 4.3% indica que casi nunca es demandado esta variedad de ají.
- En el caso del ají charapita los vendedores indicaron con un 100% que nunca es demandado.
- En el caso del ají pucunucho los vendedores en un 100% indicaron que nunca es demandado este ají.
- En el caso del ají dulce los vendedores en un 100% indicaron que nunca es demandado esta variedad de ají.
- En el caso del ají malagueta los vendedores en un 100% indicaron que nunca es demandado este ají.

- Según los vendedores en un 65.2% indicaron que el rocoto siempre es demandado. Pero un 34.8% indicaron nunca es demandado; ya que este porcentaje representa a los vendedores que no comercializan esta variedad de ají.
- Según los vendedores en un 30.4% indicaron que el rocoto de la huerta siempre es demandado. Pero un 69.6% indicaron que nunca es demandado, ya que este porcentaje de vendedores no se dedican a comercializar el rocoto de la huerta.
- Según los vendedores en un 65.2% indicaron que el rocoto de la selva central siempre es demandado. Pero un 34.8% indicaron que nunca es demandado esta variedad, debido a que estos vendedores representado en este porcentaje no se dedican a comercializar este ají.
- En el caso del ají pipi de mono los vendedores de ajíes indicaron que en un 100% que nunca es demandado este ají.

En la **gráfica N° 43** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 43





Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

PREGUNTA N° 9: ¿EN QUÉ MES LE LLEGA LOS SIGUIENTES AJÍES?

TABLA N° 68

		Recuento	% del N de columna
¿En qué mes del año llega el aji cerezo?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	0	0.0%
	No se sabe	0	0.0%
Nunca	23	100.0%	
¿En qué mes del año llega el aji cacho de cabra?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%

	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	0	0.0%
	No se sabe	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿En qué mes del año llega el aji limo?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	11	47.8%
	No se sabe	0	0.0%
Nunca	12	52.2%	
¿En qué mes del año llega el aji mocho?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%

	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	0	0.0%
	No se sabe	1	4.3%
	Nunca	22	95.7%
¿En qué mes del año llega el aji arnaucho?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	0	0.0%
	No se sabe	0	0.0%
Nunca	23	100.0%	
¿En qué mes del año llega el aji verde?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%

	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	0	0.0%
	No se sabe	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿En qué mes del año llega el aji paca?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	0	0.0%
	No se sabe	0	0.0%
Nunca	23	100.0%	
¿En qué mes del año llega el aji	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%

amarillo?	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	9	39.1%
	No se sabe	0	0.0%
	Nunca	14	60.9%
¿En qué mes del año llega el aji panca?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	6	26.1%
	No se sabe	17	73.9%
	Nunca	0	0.0%

¿En qué mes del año llega el aji ayuyo?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	0	0.0%
	No se sabe	0	0.0%
Nunca	23	100.0%	
¿En qué mes del año llega el aji challuaruro?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	0	0.0%

	No se sabe	1	4.3%
	Nunca	22	95.7%
¿En qué mes del año llega el aji charapita?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	0	0.0%
	No se sabe	1	4.3%
	Nunca	22	95.7%
¿En qué mes del año llega el aji dulce?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%

	Todos los meses	0	0.0%
	No se sabe	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿En qué mes del año llega el aji pucunucho?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	0	0.0%
	No se sabe	0	0.0%
Nunca	23	100.0%	
¿En qué mes del año llega el aji malagueta?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%

	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	0	0.0%
	No se sabe	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿En qué mes del año llega el rocoto?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	15	65.2%
	No se sabe	8	34.8%
	Nunca	0	0.0%
¿En qué mes del año llega el rocoto de la huerta?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%

	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	7	30.4%
	No se sabe	0	0.0%
	Nunca	16	69.6%
¿En qué mes del año llega el rocoto de la selva central?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%
	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	15	65.2%
	No se sabe	0	0.0%
	Nunca	8	34.8%
¿En qué mes del año llega el aji pipi de mono?	Enero	0	0.0%
	Febrero	0	0.0%
	Marzo	0	0.0%
	Abril	0	0.0%
	Mayo	0	0.0%
	Junio	0	0.0%

	Julio	0	0.0%
	Agosto	0	0.0%
	Setiembre	0	0.0%
	Octubre	0	0.0%
	Noviembre	0	0.0%
	Diciembre	0	0.0%
	Todos los meses	0	0.0%
	No se sabe	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

En la **tabla N° 68** muestra en que tiempo llega las variedades de ajíes nativos al Gran mercado mayorista de Lima.

- El ají cerezo tiene un promedio de 100% que indica que nunca les llega en ningún mes.
- El ají cacho de cabra según los vendedores, en un 100% nunca llega en ningún mes del año.
- En cuanto al ají limo los vendedores indicaron en un 47.8% que todos los meses les llega este ají; pero un 52.2% indicaron que nunca les llega en ningún mes dicho ají, debido a que este porcentaje hace referencia a los vendedores de ajíes que no comercializan habitualmente esta variedad.

- En el caso del ají mochero los vendedores indicaron en un promedio de 95.7% que nunca les llega en ningún mes este ají; pero un 4.3% indicaron que no saben en qué mes les llega este ají; ya que esto representa a los pedidos que hacen los compradores a los vendedores; es decir el ají mochero es traído cuando es pedido porque regularmente no es comercializado.
- La encuesta planteada a los vendedores dio como resultado en el caso del ají arnaucho que nunca en ningún mes les llega este ají en un 100%.
- El ají verde en promedio de un 100% indica nunca en ningún mes les llega este ají.
- En cuanto al ají pacaie los vendedores indicaron en un 100% que nunca en ningún mes les llega este ají.
- En caso del ají amarillo un 39,1% de los vendedores indicaron que todos los meses les llega este ají. Pero sin embargo un 60.9% indicaron que nunca en ningún mes les llega este ají; este porcentaje se debe a que representa a los vendedores de ajíes que no comercializan normalmente esta variedad.
- Los vendedores indicaron que el ají panca le llega todos los meses con un 26.1%; pero un 73.9%. dijeron que nunca en ningún mes les llega esta variedad, ya que este porcentaje no se dedica a comercializar el ají panca.
- Los vendedores indicaron que el ají ayuyo nunca en ningún mes les llega con un 100%.

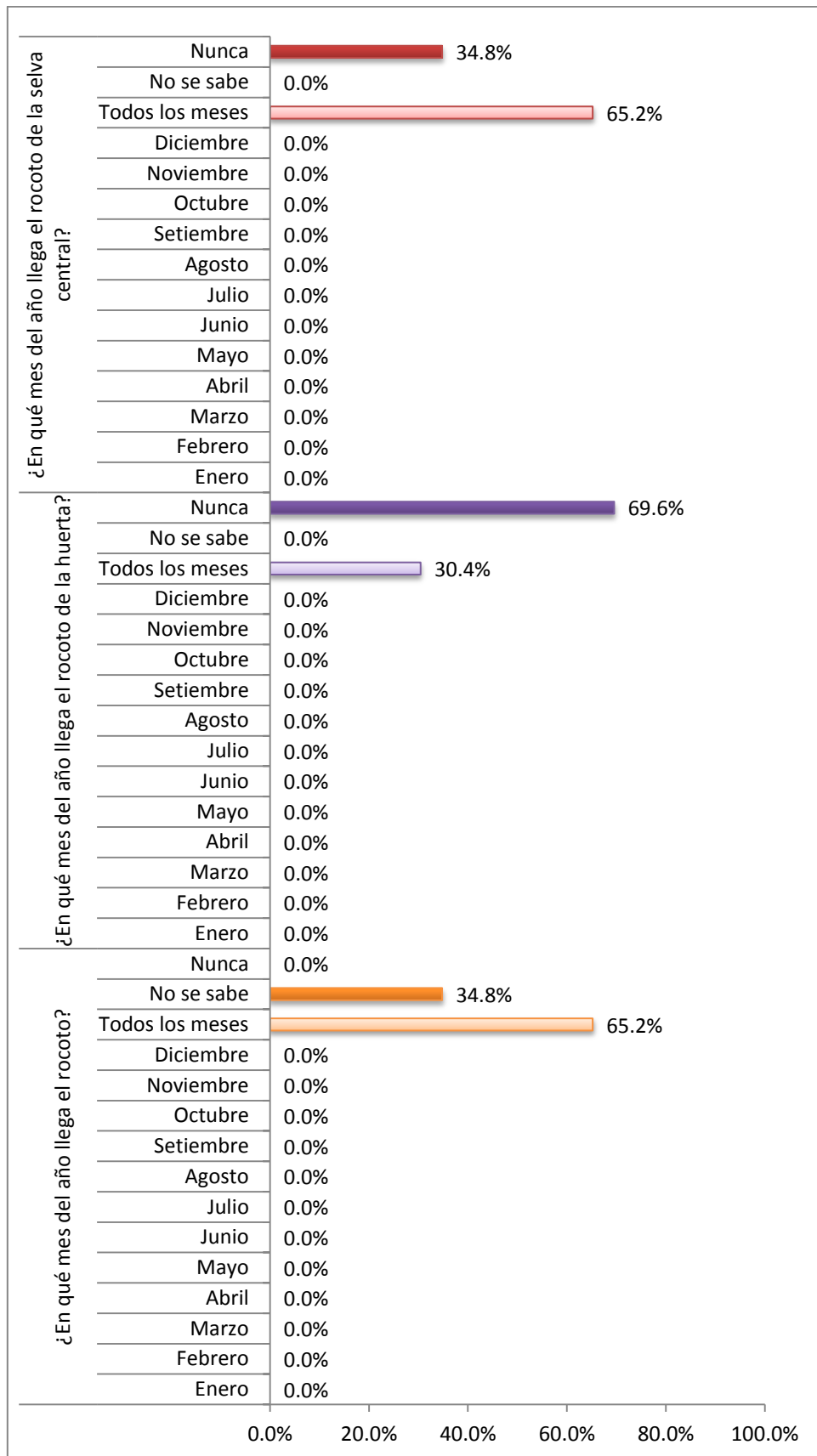
- En el caso del ají challuaruro los vendedores indicaron en un 95.7% que nunca en ningún mes les llega este ají. Pero un 4.3% indica que no sabe en qué mes les llega el ají challuaruro, ya que algunos compradores conocen de este ají y lo demandan por su sabor.
- En el caso del ají charapita los vendedores en un 95.7% indicaron que nunca en ningún mes les llega este ají. Pero el 4.3% indicaron que no saben en qué mes les llega; debido a que solo traen esta variedad cuando se hace pedido por parte del comprador; ya que no se comercializa con facilidad.
- En el caso del ají pucunucho los vendedores en un 100% indicaron que nunca en ningún mes les llega este ají.
- En el caso del ají dulce los vendedores en un 100% indicaron que nunca en ningún mes les llega esta variedad de ají.
- En el caso del ají malagueta los vendedores en un 100% indicaron que nunca en ningún mes les llega este ají.
- Según los vendedores en un 65.2% indicaron que el rocoto llega todos los meses. Pero un 34.8% indicaron que no saben en que mes les llega; ya que no comercializan esta variedad de ají.
- Según los vendedores en un 30.4% indicaron que el rocoto de la huerta les llega yodos los meses. Pero un 69.6% indicaron que nunca en ningún mes les llega, ya que este porcentaje de vendedores no se dedican a comercializar el rocoto de la huerta.
- Según los vendedores en un 65.2% indicaron que el rocoto de la selva central siempre les llega. Pero un 34.8% indicaron que nunca les llega esta variedad, debido a que no se dedican a comercializar este ají.

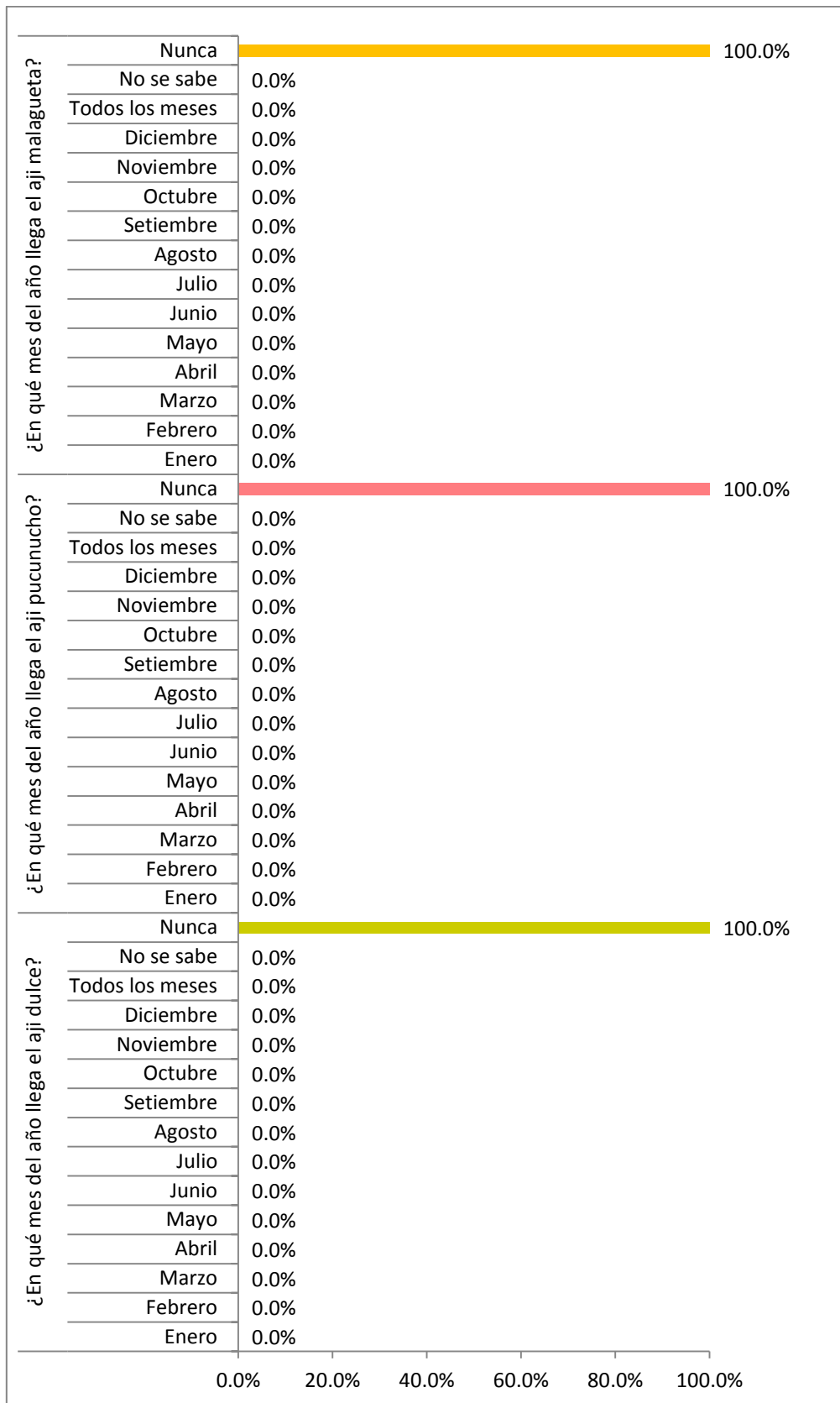
- En el caso del ají pipi de mono los vendedores de ajíes indicaron que en un 100% que nunca les llega este ají.

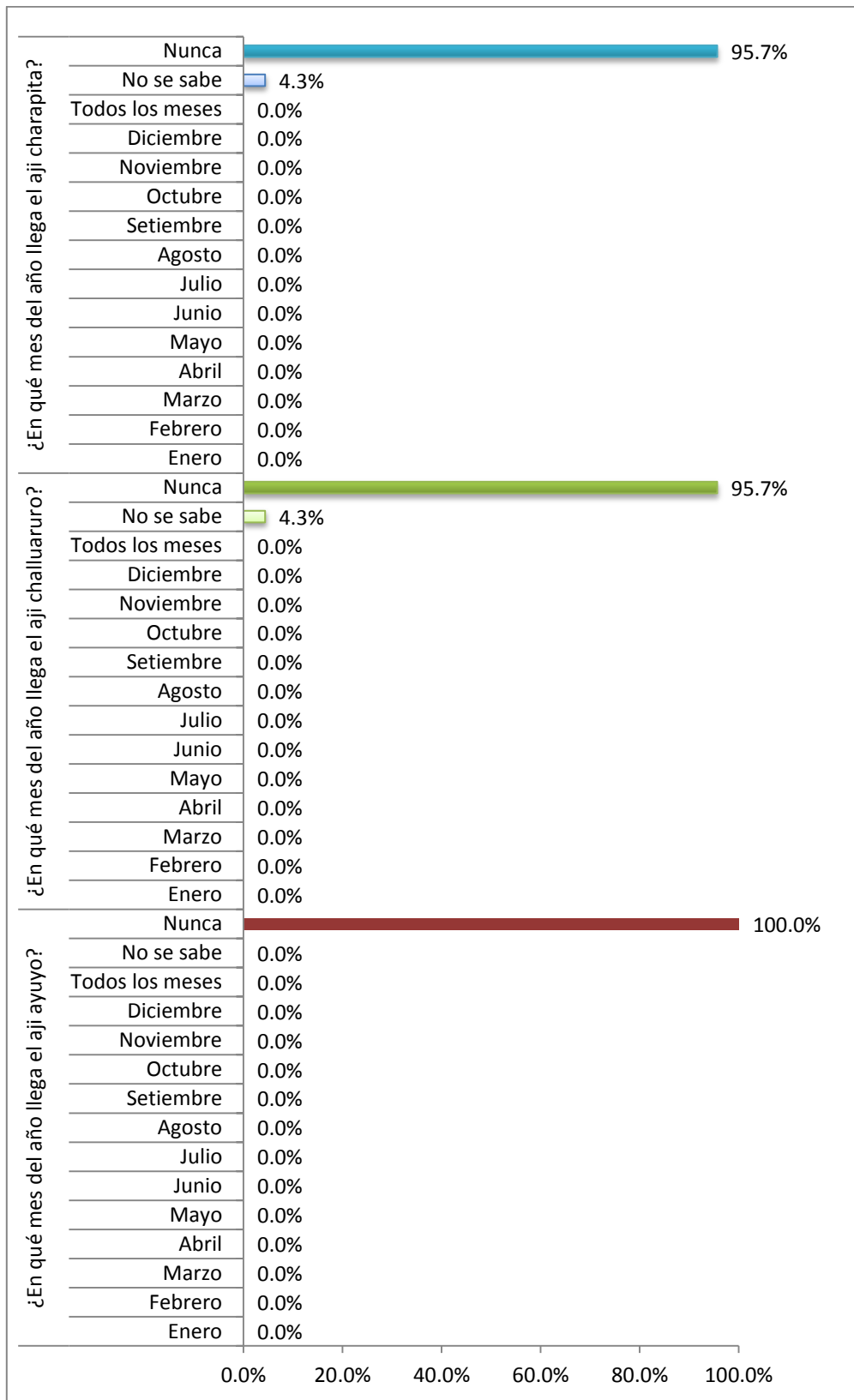
En la **gráfica N° 44** se representa los resultados en porcentajes.

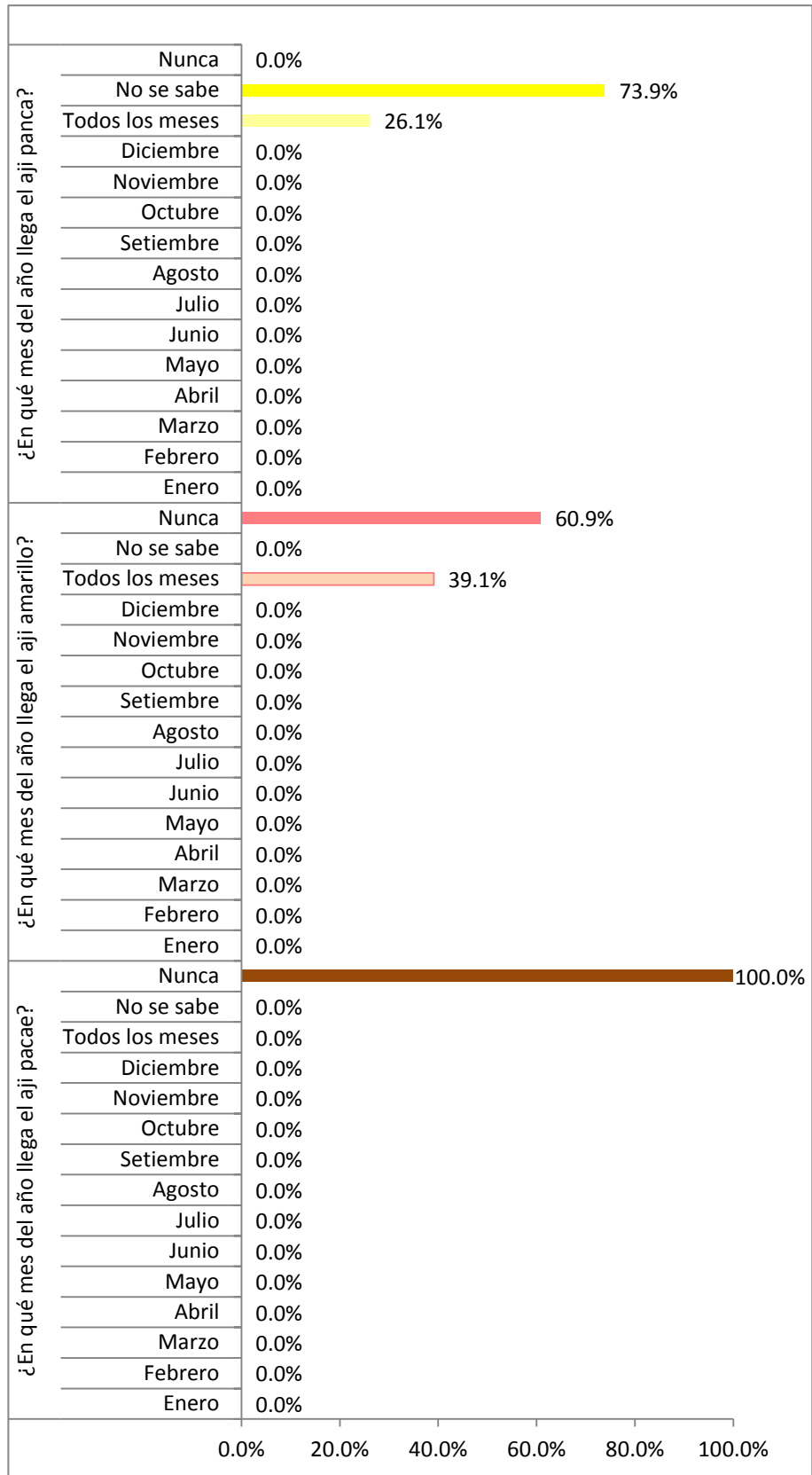
GRÁFICA N° 44

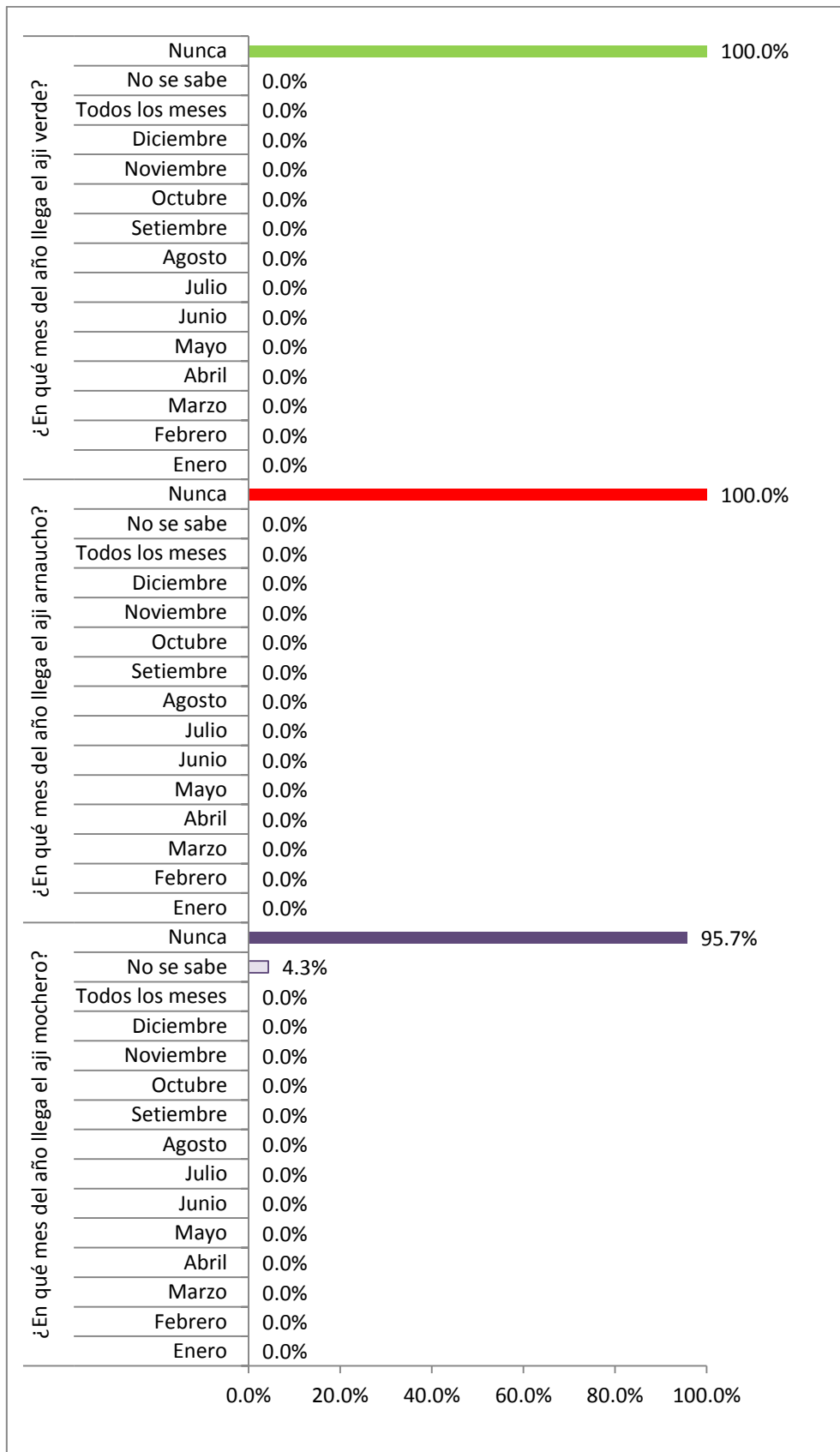


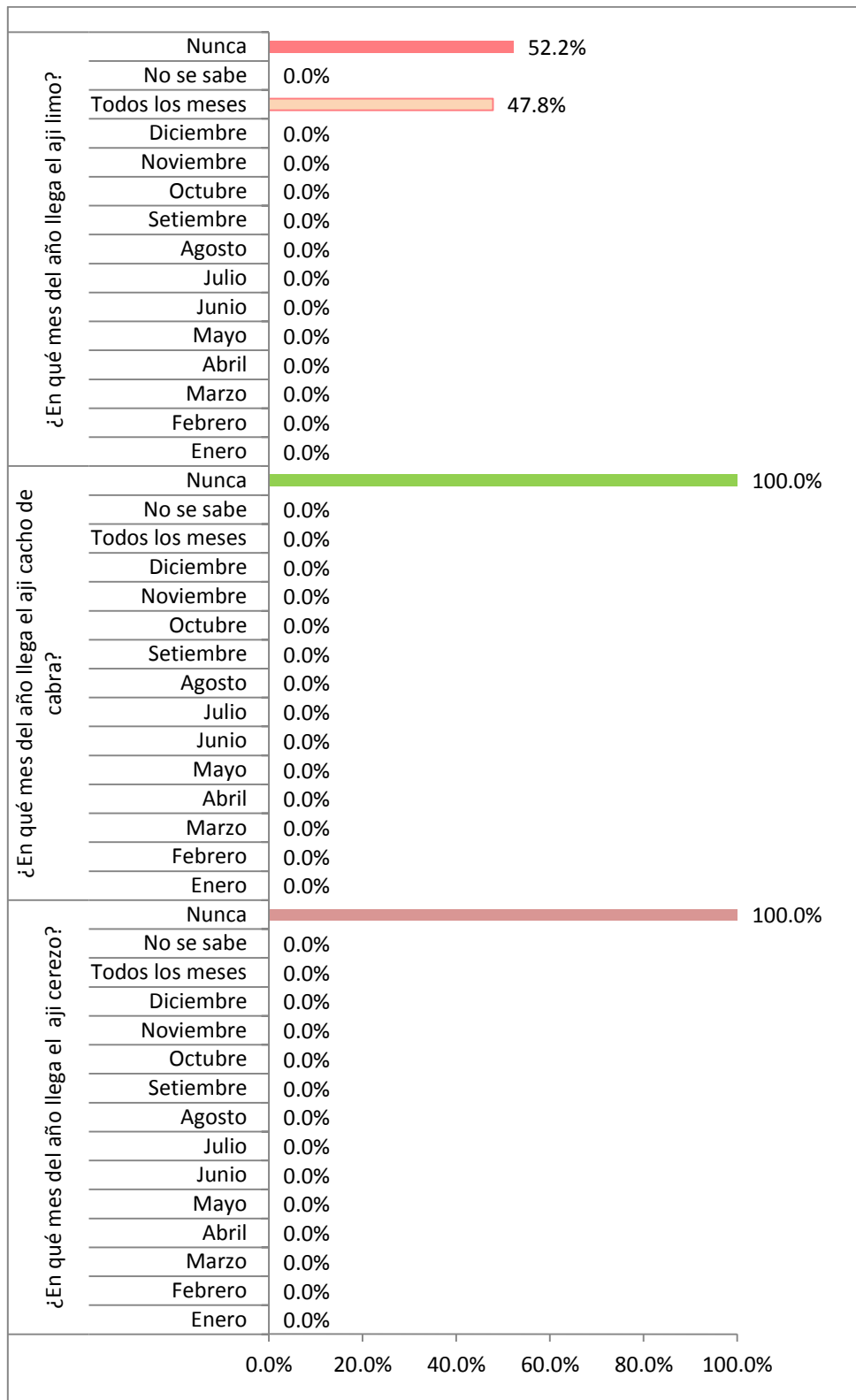












Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

PREGUNTA N° 10: ¿CUÁL VARIEDAD DE AJÍES ES MÁS ESCASA?

TABLA N° 69

		Recuento	% del N de columna
¿El ají cerezo es escazo?	si	23	100%
	Por temporadas	0	0%
	No	0	0%
¿El ají cacho de cabra es escazo?	si	23	100%
	Por temporadas	0	0%
	No	0	0%
¿El ají limo es escazo?	si	0	0%
	Por temporadas	0	0%
	No	23	100%
¿El ají mochero es escazo?	si	23	100%
	Por temporadas	0	0%
	No	0	0%
¿El ají arnaucho es escazo?	si	23	100%
	Por temporadas	0	0%
	No	0	0%
¿El ají verde es escazo?	si	23	100%
	Por temporadas	0	0%
	No	0	0%
¿El ají pacaes escazo?	si	23	100%
	Por temporadas	0	0%
	No	0	0%

¿El ají amarillo es escazo?	si	0	0%
	Por temporadas	0	0%
	No	23	100%
¿El ají panca es escazo?	si	0	0%
	Por temporadas	23	100%
	No	0	0%
¿El ají ayuyo es escazo?	si	23	100%
	Por temporadas	0	0%
	No	0	0%
¿El ají challuaruro es escazo?	si	23	100%
	Por temporadas	0	0%
	No	0	0%
¿El ají charapita es escazo?	si	23	100%
	Por temporadas	0	0%
	No	0	0%
¿El ají dulce es escazo?	si	23	100%
	Por temporadas	0	0%
	No	0	0%
¿El ají pucunucho es escazo?	si	23	100%
	Por temporadas	0	0%
	No	0	0%
¿El ají malagueta es escazo?	si	23	100%
	Por temporadas	0	0%
	No	0	0%
¿El ají malagueta es escazo?	si	23	100%
	Por temporadas	0	0%
	No	0	0%
¿El rocoto es	si	0	0%

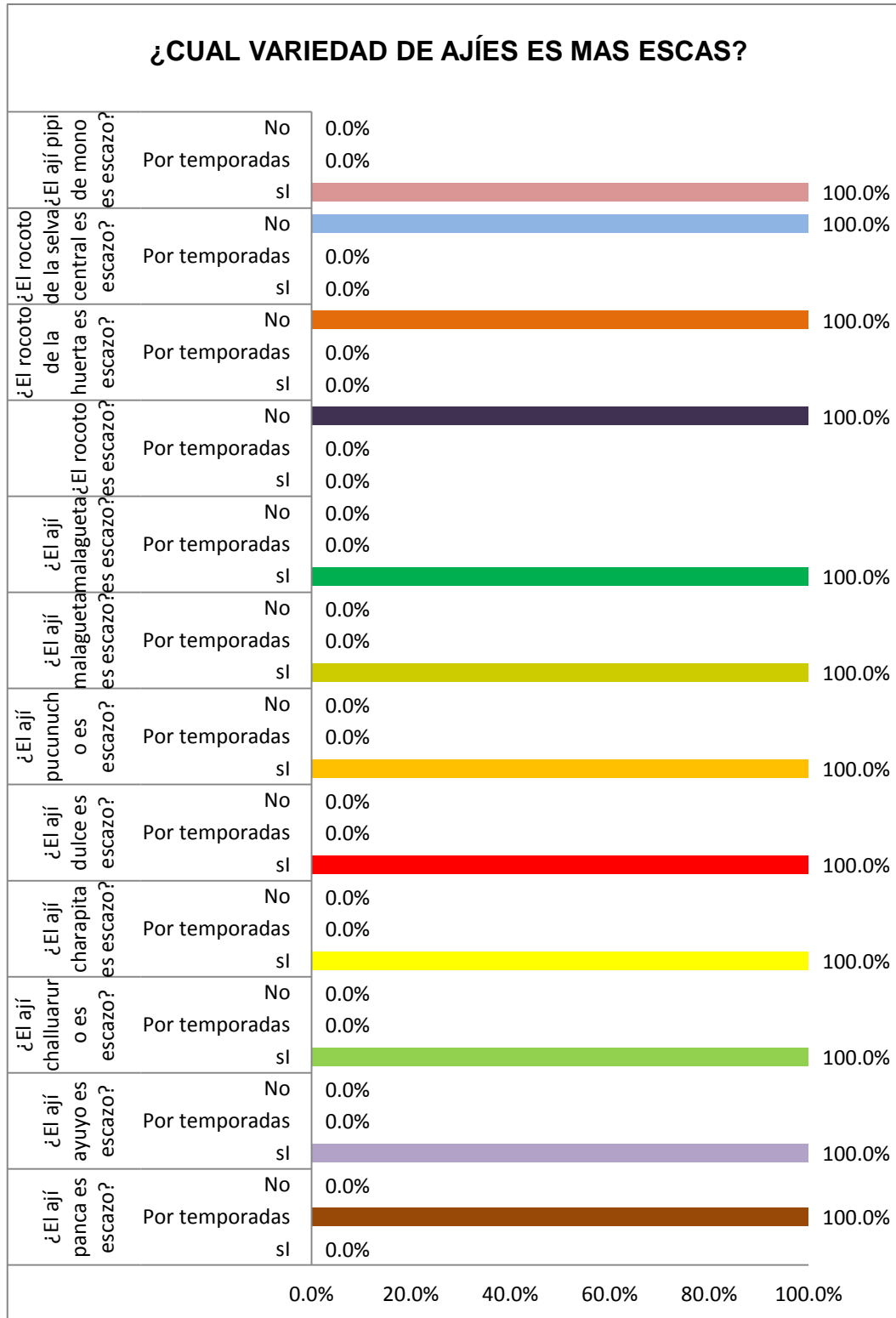
escazo?	Por temporadas	0	0%
	No	23	100%
¿El rocoto de la huerta es escazo?	si	0	0%
	Por temporadas	0	0%
	No	23	100%
¿El rocoto de la selva central es escazo?	si	0	0%
	Por temporadas	0	0%
	No	23	100%
¿El ají pipi de mono es escazo?	si	23	100.0%
	Por temporadas	0	0.0%
	No	0	0.0%

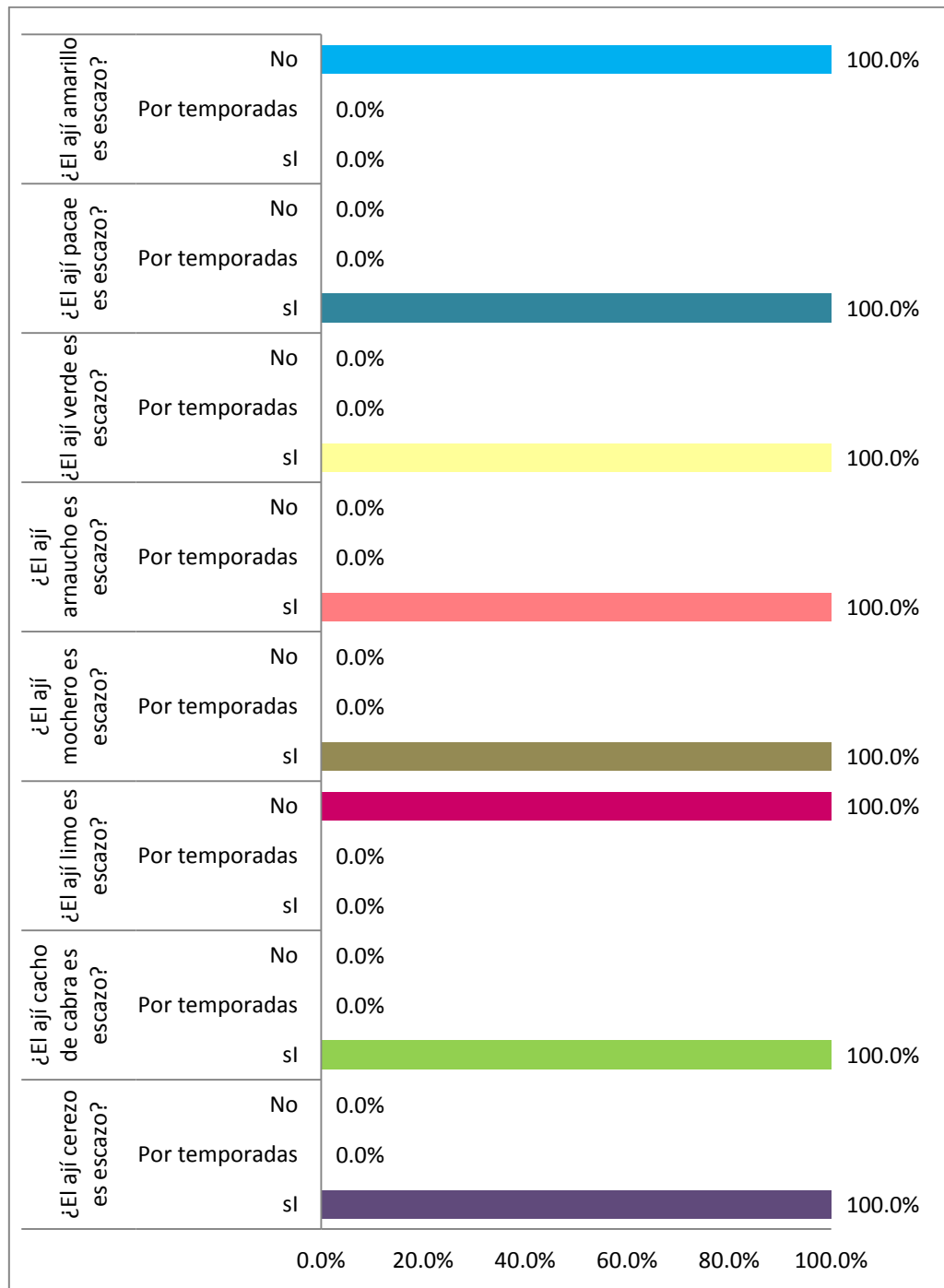
Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

En la **tabla N° 69** muestra que el ají amarillo, ají limo, rocoto, rocoto de la huerta, y rocoto de la selva no son escasos según indicaron los vendedores en un 100%. Pero sin embargo los vendedores indicaron que a pesar que el ají panca es muy demandado es escaso por temporadas en un 100%; pero a pesar de ello los vendedores del Gran mercado mayorista de Lima traen esta variedad de ají, aunque en la épocas de verano según indicaron que era escaso este ají y por consiguiente subían los precios, y a pesar de los precios altos el consumidor compraba este ají.

Los vendedores indicaron en un 100% que el ají cerezo, ají cacho de cabra, ají mochero, ajígg arnaucho, ají verde, ají paca, aji ayuyo, ají challuaruro, ají charapita, ají dulce, ají pucunucho, ají malagueta son escasos. En la **gráfica N° 45** se representa los resultados en porcentajes.

GRAFICO N° 45





Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

PREGUNTA N° 11: ¿QUÉ VARIEDAD DE AJÍES COMERCIALIZA MAYORMENTE?

TABLA N° 70

		Recuento	% del N de columna
¿Comercializa mayormente el aji cerezo?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Comercializa mayormente el aji cacho de cabra?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Comercializa mayormente el aji limo?	Siempre	11	47.8%
	Casi siempre	1	4.3%
	Algunas veces	4	17.4%
	Casi nunca	2	8.7%
	Nunca	5	21.7%
¿Comercializa mayormente el aji mocho?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	1	4.3%
	Nunca	22	95.7%
¿Comercializa	Siempre	0	0.0%

mayormente el aji arnaicho?	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Comercializa mayormente el aji verde?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Comercializa mayormente el aji paca?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Comercializa mayormente el aji amarillo?	Siempre	9	39.1%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	4	17.4%
	Casi nunca	4	17.4%
	Nunca	6	26.1%
¿Comercializa mayormente el aji ayuyo?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Comercializa mayormente el aji challuaruro?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%

	Algunas veces	1	4.3%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	22	95.7%
¿Comercializa mayormente el aji charapita?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	1	4.3%
	Nunca	22	95.7%
¿Comercializa mayormente el aji dulce?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Comercializa mayormente el aji pucunucho?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Comercializa mayormente el aji malagueta?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%
¿Comercializa mayormente el rocoto?	Siempre	15	65.2%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%

	Nunca	8	34.8%
¿Comercializa mayormente el rocoto de la huerta?	Siempre	7	30.4%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	16	69.6%
		Siempre	15
¿Comercializa mayormente el rocoto de la selva central?	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	1	4.3%
	Casi nunca	1	4.3%
	Nunca	6	26.1%
		Siempre	0
¿Comercializa mayormente el aji pipi de mono?	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	23	100.0%

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

En la **tabla N° 70** los vendedores indicaron que las variedades de ajíes que nunca comercializa en un promedio de 100% son los ajíes: cerezo, cacho de cabra, arnaucho, verde, pacaé, dulce, pucunucho, malagueta y pipi de mono.

Además los vendedores indicaron que el ají limo se comercializa siempre en un 47.8%, otros vendedores respondieron que casi siempre en un 4.3%, otros algunas veces 17,4%, casi nunca 8.7%; y nunca 21.7% es el porcentaje que se refiere a los vendedores de ajíes que no comercializan esta variedad en el pabellón "A".

El ají mochero es comercializado casi nunca en un 4.3%, debido a que es comercializado bajo pedido del comprador; y nunca es comercializado en un 95.7% debido a la falta de demanda.

En el caso del ají amarillo, se comercializa siempre en un 39.1%; este porcentaje se sacó de los vendedores del pabellón "A" que se dedican exclusivamente a la venta de este ají. Mientras que algunos vendedores en un promedio de 17.4% indicaron que se comercializa algunas veces; debido a que este porcentaje no se dedica exclusivamente a la venta de este ají. El promedio 17,4% que indico los vendedores se refiere a que casi nunca se comercializan esta variedad; ya que estos vendedores se dedican a vender otros tipos de ajíes, y en algunas ocasiones pueden traer este ají. También algunos vendedores de pabellón "A" no se dedican a la venta de este ají, por esta razón dio como resultado el promedio 26.1% que se refiere a que nunca comercializa el ají amarillo.

En el caso del ají challuaruro se comercializa algunas veces en 4.3%; porque algunos compradores hacen pedido de este ají. Además en un 95.7%, los vendedores indicaron que nunca se comercializa esta variedad de ají.

Referente al ají charapita los vendedores indicaron con un promedio de 95.7% que nunca comercializan este ají; pero también la encuesta dio como resultado que un 4.3% casi nunca comercializan esta variedad de ají, se indicó que este porcentaje hace referencia a los pedidos que puedan hacer los compradores a los vendedores.

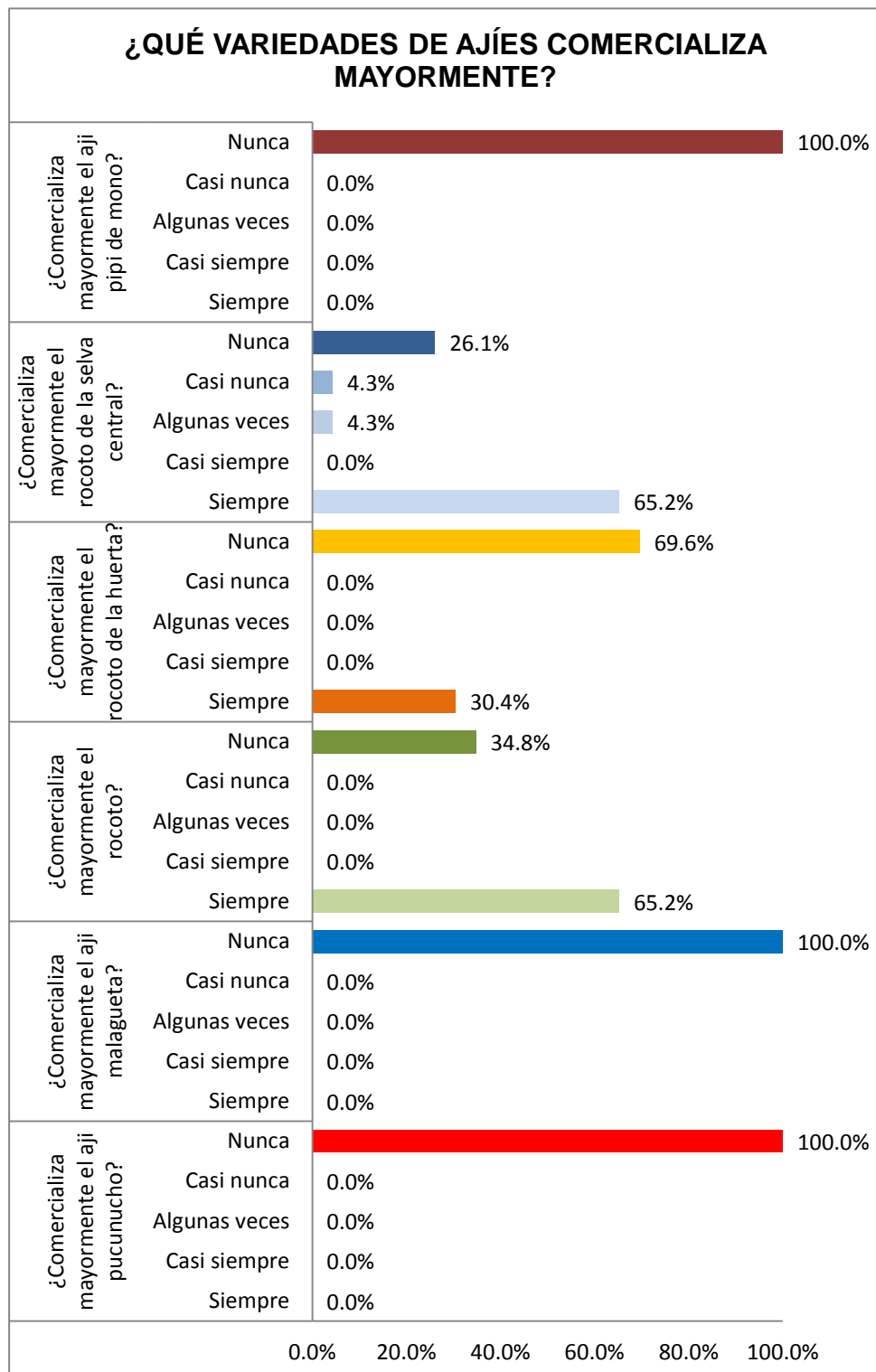
Los vendedores comercializan mayormente el rocoto en un 65.2%; pero también existen dentro del pabellón “A” vendedores que no comercializan rocoto, cuales indicaron que nunca comercializan esta variedad, lo cual hace un promedio de 34.8%.

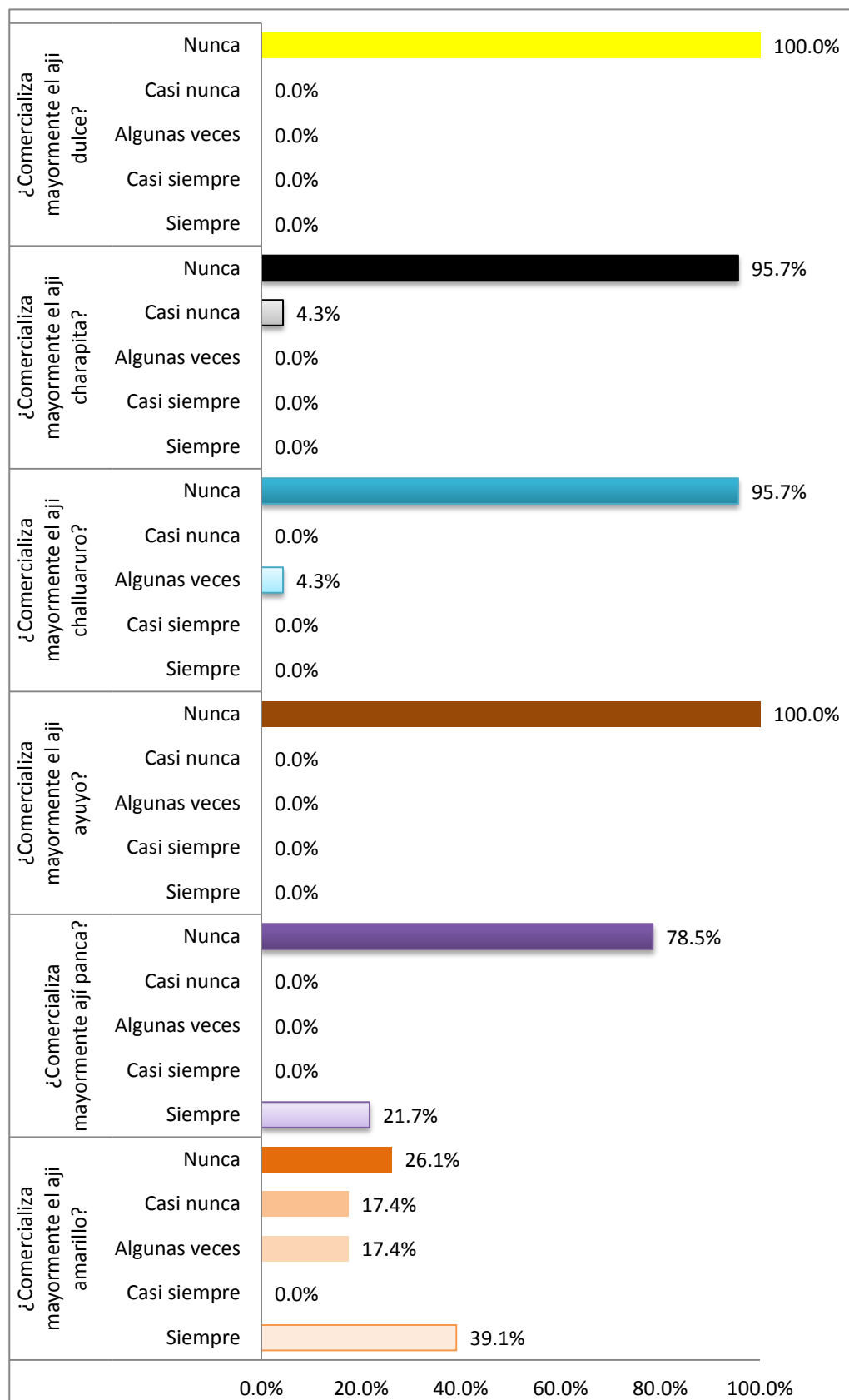
En el caso del rocoto de la huerta los vendedores comercializa siempre en un 30.4% en promedio; mientras que un 69.6% en promedio nunca comercializan esta variedad, este porcentaje indica que no todos los vendedores del pabellón “A” comercializa este tipo de ají.

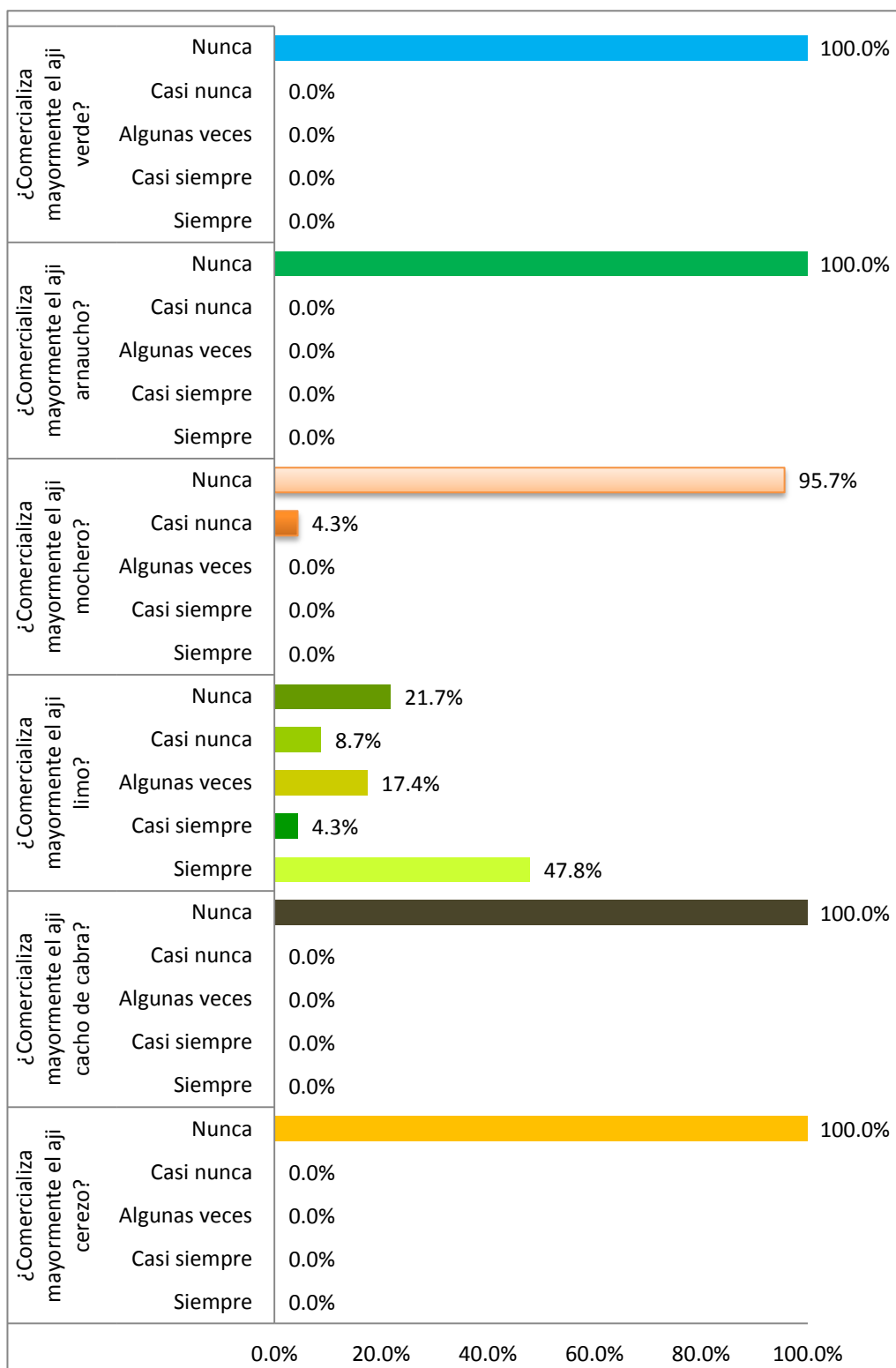
El rocoto de la selva central es comercializado siempre en un 65.2% en promedio; mientras que un 4.3% de los vendedores indicaron que algunas veces comercializan este ají; y otro grupo indico en un 4.3% que casi nunca comercializan este ají; y por ultimo un 26.1% indicaron que nunca comercializan esta variedad, debido a que venden otras variedades de ajíes.

En la **gráfica N° 46** se representa los resultados en porcentajes.

GRÁFICO N° 46







Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

**PREGUNTA N° 12: ¿EN QUÉ ÉPOCA DEL AÑO LAS VENTAS DE AJÍES
CRECE?**

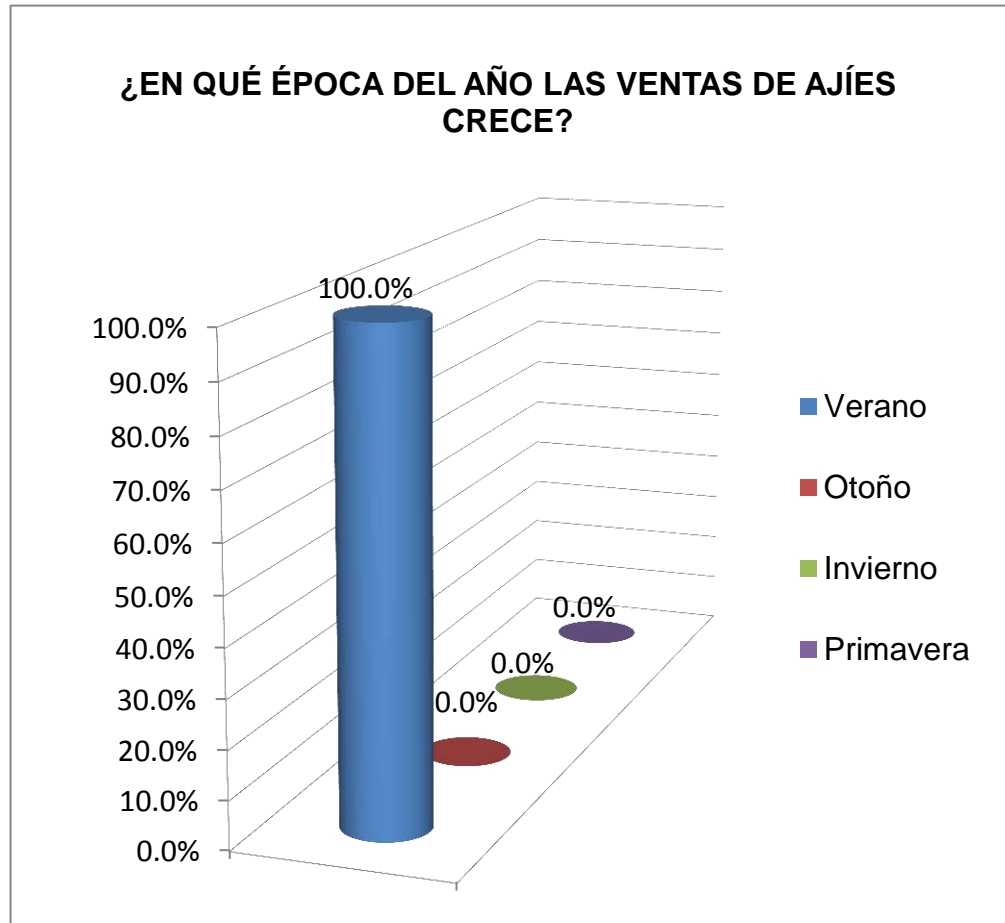
TABLA N° 71

		Recuento	% del N de columna
¿En qué época del año las ventas de ajíes crecen?	Verano	23	100.0%
	Otoño	0	0.0%
	Invierno	0	0.0%
	Primavera	0	0.0%

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

En la **tabla N° 71** indica en que época del año las ventas de ajíes; en su totalidad en un 100% indicaron que las ventas crecen en verano; pero en si las ventas de ajíes son altas todo el año. En la **gráfica N° 47** se representa los resultados en porcentajes

GRÁFICO N° 47



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 1 del vendedor

3.2.2. Análisis descriptivo del comprador

Se hará el análisis detallado de las respuestas de los 34 compradores del Gran mercado mayorista de Lima, ubicado en el distrito de Santa Anita, en la provincia de Lima.

A Los cuales se les aplicara una encuesta de 9 preguntas cerradas de tipo politomicas,

El programa de información para la evolución de los datos del cuestionario fue el programa IBM SPSS Statistics. Versión 23. Edición de 64 bits. Las variables de 9 preguntas ingresadas tuvieron valor nominal y ordinal, de donde se elaboraron análisis con tablas. Las cuales se trasladaron al programa Microsoft Excel 2010; para obtener los gráficos y de este modo poder analizar cada pregunta.

PREGUNTA N° 1: CARACTERÍSTICAS DE PROCEDENCIA: ¿DE DÓNDE PROCEDE USTED?

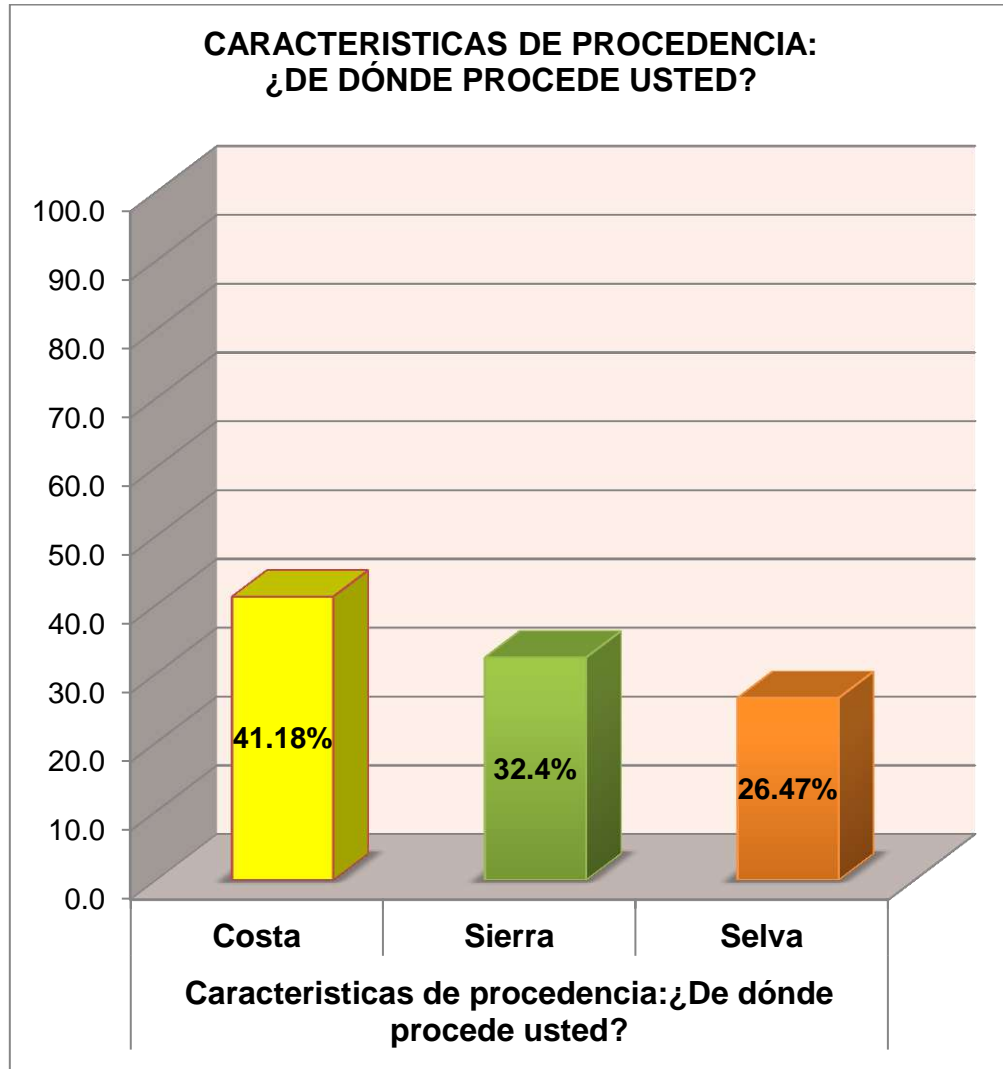
TABLA N° 72

Características de procedencia:¿De dónde procede usted?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Costa	14	41.2%	41.2%	41.2%
	Sierra	11	32.4%	32.4%	73.5%
	Selva	9	26.5%	26.5%	100.0%
	Total	34	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador.

En la **tabla N° 72** representa la procedencia de los compradores, el cual indica que el 41.2% son de la costa, seguidos de un 32.4% de la Sierra y por ultimo con un 26,5% de la Selva. Estos porcentajes indican la procedencia, lo cual es muy importante, ya que depende del lugar de origen de los compradores, ellos pueden saber de variedades de ajíes que no son utilizados en Lima, y también la forma de preparación de esos ajíes en la gastronomía. En la **gráfica N° 48** se representa los resultados en porcentajes

GRAFICO N° 48



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador.

PREGUNTA N° 2: ¿QUÉ VARIEDADES DE AJÍES CONOCE?

TABLA N° 73

		Recuento	% del N de columna
¿Conoce la variedad de ají limo?	Si	34	100.0%
	No	0	0.0%
¿Conoce la variedad de ají cerezo?	Si	2	5.9%
	No	32	94.1%
¿Conoce la variedad de ají cacho de cabra?	Si	1	2.9%
	No	33	97.1%
¿Conoce la variedad de ají mochero?	Si	6	17.6%
	No	28	82.4%
¿Conoce la variedad de ají arnaucho?	Si	2	5.9%
	No	32	94.1%
¿Conoce la variedad de ají verde?	Si	1	2.9%
	No	33	97.1%
¿Conoce la variedad de ají paca?	Si	3	8.8%
	No	31	91.2%
¿Conoce la variedad de ají amarillo?	Si	34	100.0%
	No	0	0.0%
¿Conoce la variedad de ají panca?	Si	34	100.0%
	No	0	0.0%
¿Conoce la variedad de ají ayuyo?	Si	3	8.8%
	No	31	91.2%
¿Conoce la variedad de ají challuaruro?	Si	4	11.8%
	No	30	88.2%
¿Conoce la variedad de	Si	12	35.3%

ají charapita?	No	22	64.7%
¿Conoce la variedad de ají dulce?	Si	4	11.8%
	No	30	88.2%
¿Conoce la variedad de ají pucunucho?	Si	1	2.9%
	No	33	97.1%
¿Conoce la variedad de ají malagueta?	Si	3	8.8%
	No	31	91.2%
¿Conoce la variedad de rocoto?	Si	34	100.0%
	No	0	0.0%
¿Conoce la variedad de rocoto de la huerta?	Si	14	41.2%
	No	20	58.8%
¿Conoce la variedad de rocoto de la selva central?	Si	34	100.0%
	No	0	0.0%
¿Conoce la variedad de ají pipi de mono?	Si	9	26.5%
	No	25	73.5%

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador.

En la **tabla N° 73** se observa que los compradores conocen el ají amarillo, ají panca, ají limo, rocoto, rocoto de la selva central, rocoto de la huerta; conocen estas variedades; como se observa existe algunos compradores que conocen otras variedades de ajíes nativos, esto se debe a que los compradores son procedentes del lugar donde se produce esos ajíes y se preparan comidas con los ajíes que se observan en la tabla.

De los 34 compradores encuestados se obtuvo las siguientes respuestas:

- En el caso del ají limo el 100% en promedio de los compradores indicaron que conocen esta variedad de ajíes.

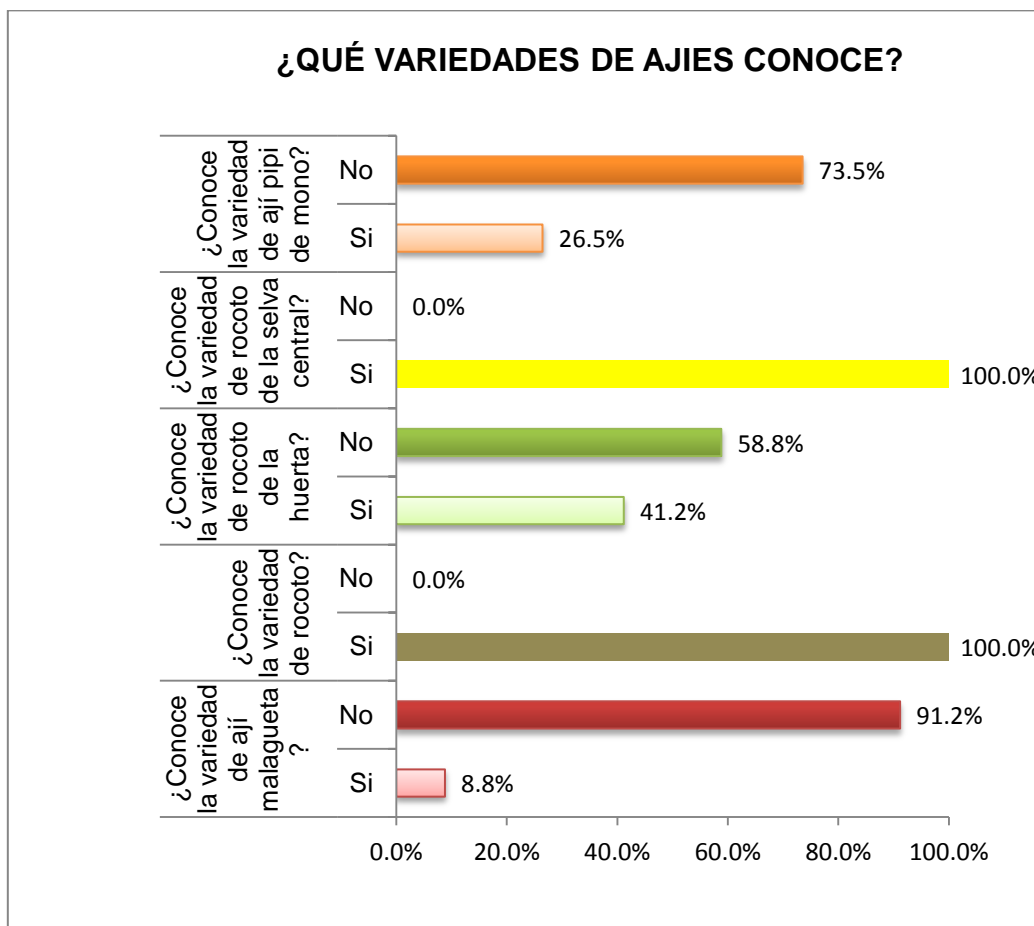
- El promedio de compradores que conoce el ají cerezo es un 5.9%, y el 94.2% no conocen de esta variedad; al aplicar la encuesta los compradores se mostraban sorprendidos en su mayoría al escuchar el nombre de este ají; ya que desconocían de su existencia.
- Los compradores de ajíes indicaron en un promedio de 97.1% que desconocen de esta variedad; no obstante solo el 2.9% indico que conocía esta variedad de ají.
- En el caso de ají mochero indicaron los compradores en un 17.6% que si conocen esta variedad; sin embargo un promedio elevado de 84.2% indicaron que no conocen esta variedad de ají.
- La variedad de ají arnaucho es desconocida por los compradores en un 94.1% en promedio; pero solo la minoría representada en un 5.9% indico que conocían esta variedad de ají.
- Los compradores de ajíes indicaron en su mayoría que no conocen el ají verde en un promedio de 97.1%; solo un 2.9% que representa a un comprador indico que si conoce de esta variedad.
- Los compradores en promedio indicaron en un 91.2% que no conocen el ají paca; sin embargo un 8.8% indicaron que si conocen esta variedad de ají.
- En el caso del ají amarillo los compradores indicaron en su totalidad, representada en un 100% en promedio que si conocen este ají.
- Los compradores indicaron en su totalidad que si conocen el ají panca en un promedio de 100%.

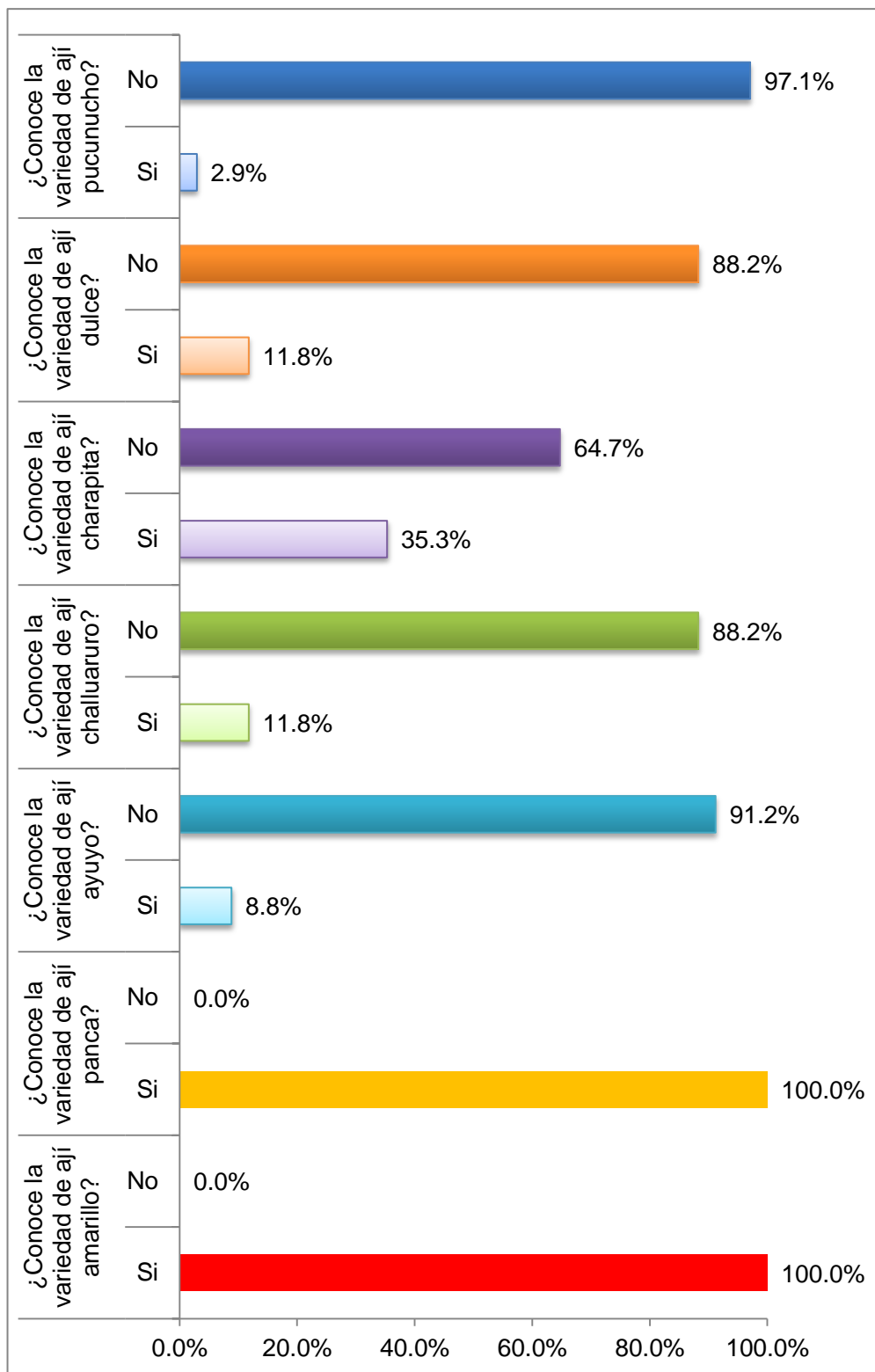
- En el caso del ají ayuyo los compradores indicaron en promedio de 91.2% que no conocen esta variedad; no obstante un 8.8% de los compradores indicaron que conocen este ají.
- Los compradores indicaron que no conocen el ají challuaruro en promedio de 88.2%; solo el 11.8% de los compradores indico que si conoce este ají.
- En el caso del ají charapita los compradores indicaron en un 35.3% que si conocen este ají; sin embargo el 64.7% indico que no conoce este ají.
- Según indicaron los compradores en un 88.2% que no conocen el ají dulce; no obstante solo el 11.8% de los compradores indicaron que si conocen esta variedad de ají.
- En el caso del ají pucunucho, el 97.1% en promedio indico que no conoce esta variedad de ají; sin embargo el 2.9% indico que si conoce esta variedad de ají.
- Los compradores en promedio indicaron en un 91.2% que no conocen el ají malagueta; pero el 8.8% de los compradores indicaron que si conocen este ají.
- En el caso del rocoto, los compradores en su totalidad representados en el promedio de 100% que si conocen esta variedad de ají.
- Los compradores indicaron que no conocen el rocoto de la huerta en un 58.8%; sin embargo el 41.2% indicaron que si conocen de esta variedad de ají.

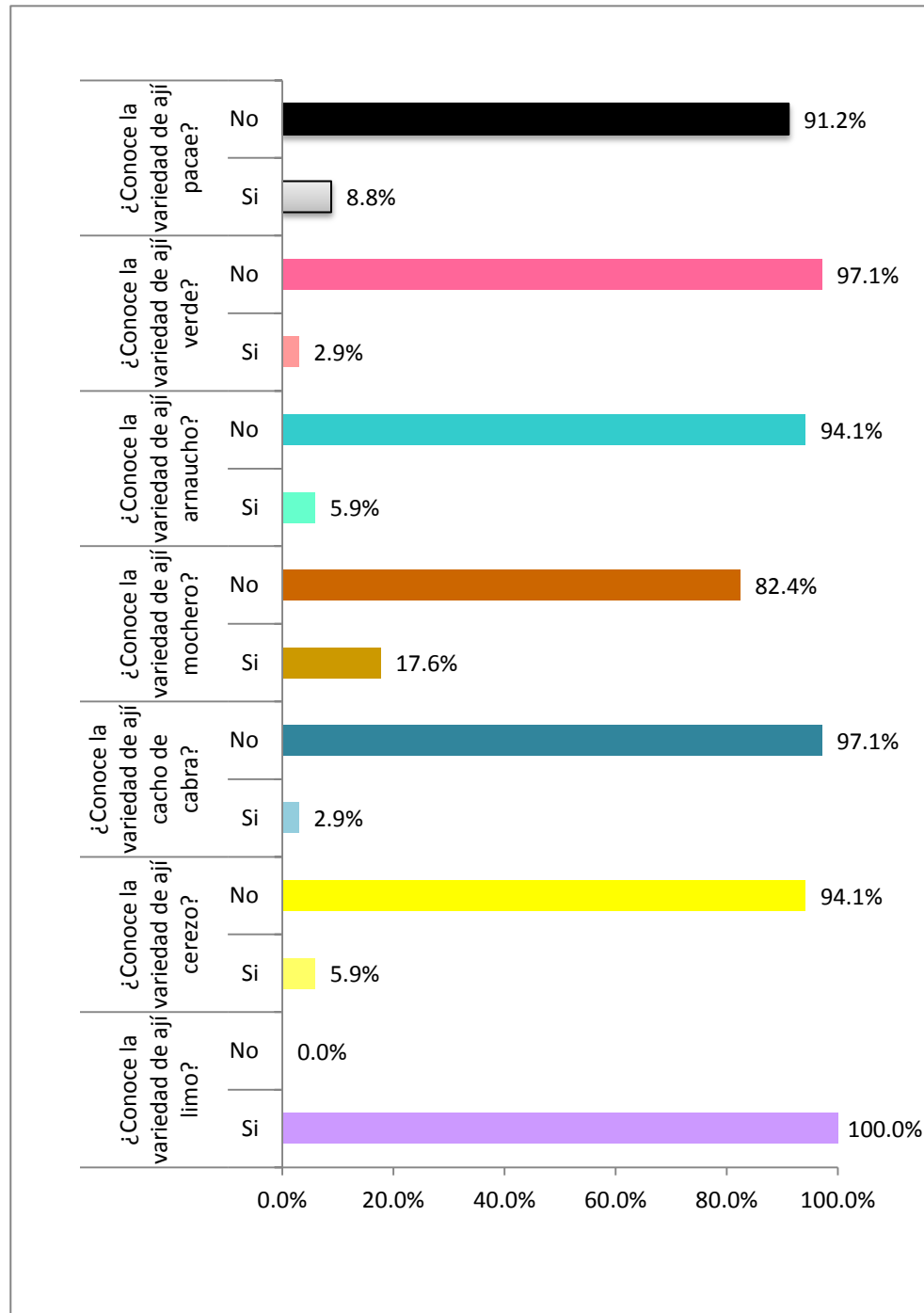
- En el caso del rocoto de la selva central, los compradores en su totalidad representados en el promedio de 100% que si conocen esta variedad de ají.
- El promedio de 73.5% de compradores indicaron que no conocen el ají pipi de mono; sin embargo el 26.5% indicaron que si conocen este ají.

En la **gráfica N° 49** se representa los resultados en porcentajes

GRÁFICO N° 49







Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador

PREGUNTA N° 3: ¿TIENE PROBLEMAS PARA COMPRAR LAS SIGUIENTES AJÍES?

TABLA N° 74

		Recuento	% del N de columna
¿Qué problemas tiene para comprar el ají cerezo?	Distribución	34	100.0%
	Precios altos	0	0.0%
	Estacionalidad	0	0.0%
	Percibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	0	0.0%
¿Qué problemas tiene para comprar el ají cacho de cabra?	Distribución	34	100.0%
	Precios altos	0	0.0%
	Estacionalidad	0	0.0%
	Percibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	0	0.0%
¿Qué problemas tiene para comprar el ají limo?	Distribución	0	0.0%
	Precios altos	0	0.0%
	Estacionalidad	0	0.0%
	Percibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	34	100.0%
¿Qué problemas tiene para comprare	Distribución	34	100.0%
	Precios altos	0	0.0%

el ají mochero?	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	0	0.0%
¿Qué problemas tiene para comprar el ají arnaucho?	Distribución	34	100.0%
	Precios altos	0	0.0%
	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	0	0.0%
¿Qué problemas tiene para comprar el ají verde?	Distribución	34	100.0%
	Precios altos	0	0.0%
	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	0	0.0%
¿Qué problemas tiene para comprar el ají paca?	Distribución	34	100.0%
	Precios altos	0	0.0%
	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	0	0.0%
¿Qué problemas tiene para comprar el ají amarillo?	Distribución	0	0.0%
	Precios altos	0	0.0%
	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	34	100.0%
¿Qué problemas tiene para comprar el	Distribución	0	0.0%
	Precios altos	0	0.0%

ají panca?	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	34	100.0%
¿Qué problemas tiene para comprar el ají ayuyo?	Distribución	34	100.0%
	Precios altos	0	0.0%
	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	0	0.0%
¿Qué problemas tiene para comprar el ají challuaruro?	Distribución	34	100.0%
	Precios altos	0	0.0%
	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	0	0.0%
¿Qué problemas tiene el para comprar ají charapita?	Distribución	34	100.0%
	Precios altos	0	0.0%
	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	ningún problema	0	0.0%
¿Qué problemas tiene para comprar el ají dulce?	Distribución	34	100.0%
	Precios altos	0	0.0%
	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	ningún problema	0	0.0%
¿Qué problemas tiene para comprar	Distribución	34	100.0%
	Precios altos	0	0.0%

el ají pucunucho?	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	0	0.0%
¿Qué problemas tiene para comprar el ají malagueta?	Distribución	34	100.0%
	Precios altos	0	0.0%
	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	0	0.0%
¿Qué problemas tiene para comprar el rocoto?	Distribución	0	0.0%
	Precios altos	0	0.0%
	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	34	100.0%
¿Qué problemas tiene para comprar el rocoto de huerta?	Distribución	26	76.5%
	Precios altos	0	0.0%
	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	8	23.5%
¿Qué problemas tiene para comprar el rocoto de la selva central?	Distribución	0	0.0%
	Precios altos	0	0.0%
	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	34	100.0%
¿Qué problemas tiene para comprar	Distribución	34	100.0%
	Precios altos	0	0.0%

el ají pipi de mono?	Estacionalidad	0	0.0%
	Perecibilidad	0	0.0%
	Ningún problema	0	0.0%

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador.

En la **tabla N° 74** representa los problemas que tienen al comprar los ajíes , en el caso de las variedades ají limo, ají amarillo, rocoto, rocoto de la selva central ; no se presenta ningún problema para comprar esas variedades; pero en cambio en las otras variedades de ajíes nativos existe problemas como indicaron los compradores, el problema es la distribución, ya que no se encuentra esas variedades en el Gran mercado mayorista de Lima.

Los problemas que tienen los compradores referentes a la adquisición de los ajíes son los siguientes:

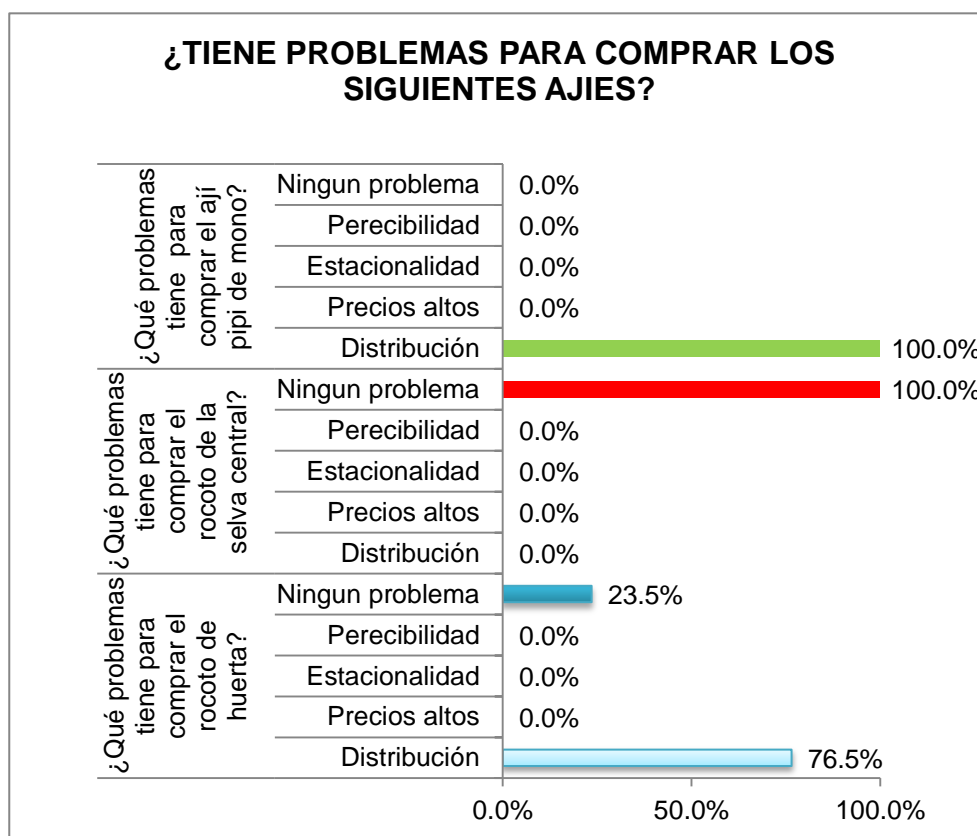
- Los compradores indicaron en su totalidad con un promedio de 100% que el problema para comprar el ají cerezo, ají cacho de cabra, ají mochero, ají arnaucho, ají verde, ají paca, ají ayuyo, ají challuaruro, ají charapita, ají dulce, ají pucunucho, ají malagueta el el ají pipi de mono es la distribución; ya que los compradores no encuentran estas variedades en el Gran mercado mayorista de Lima.
- En el caso del rocoto de la huerta los compradores indicaron que tienen problemas de distribución en un promedio de 76.5% para comprarlos; ya que no lo encuentran con tanta facilidad esta variedad de ají como otros ajíes que puedan comprar; sin embargo el 23.5% en promedio de los compradores respondieron que no tienen ningún problema al comprar esta variedad de aji, ya que estos compradores señalaron que existen

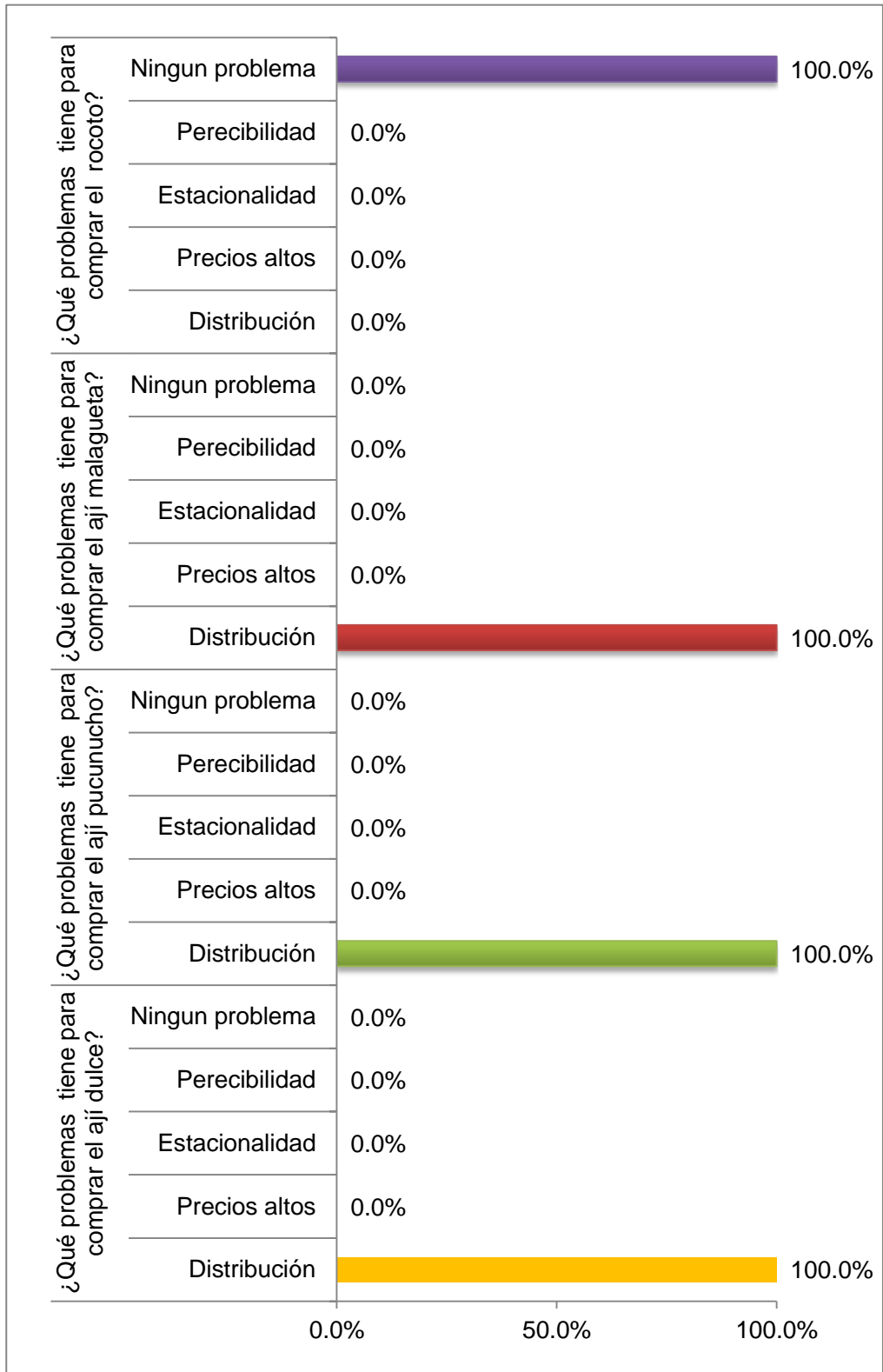
puestos en el que traen esta variedad de ají, sin embargo no se encuentran en todo el pabellón “A” del Gran mercado mayorista de Lima.

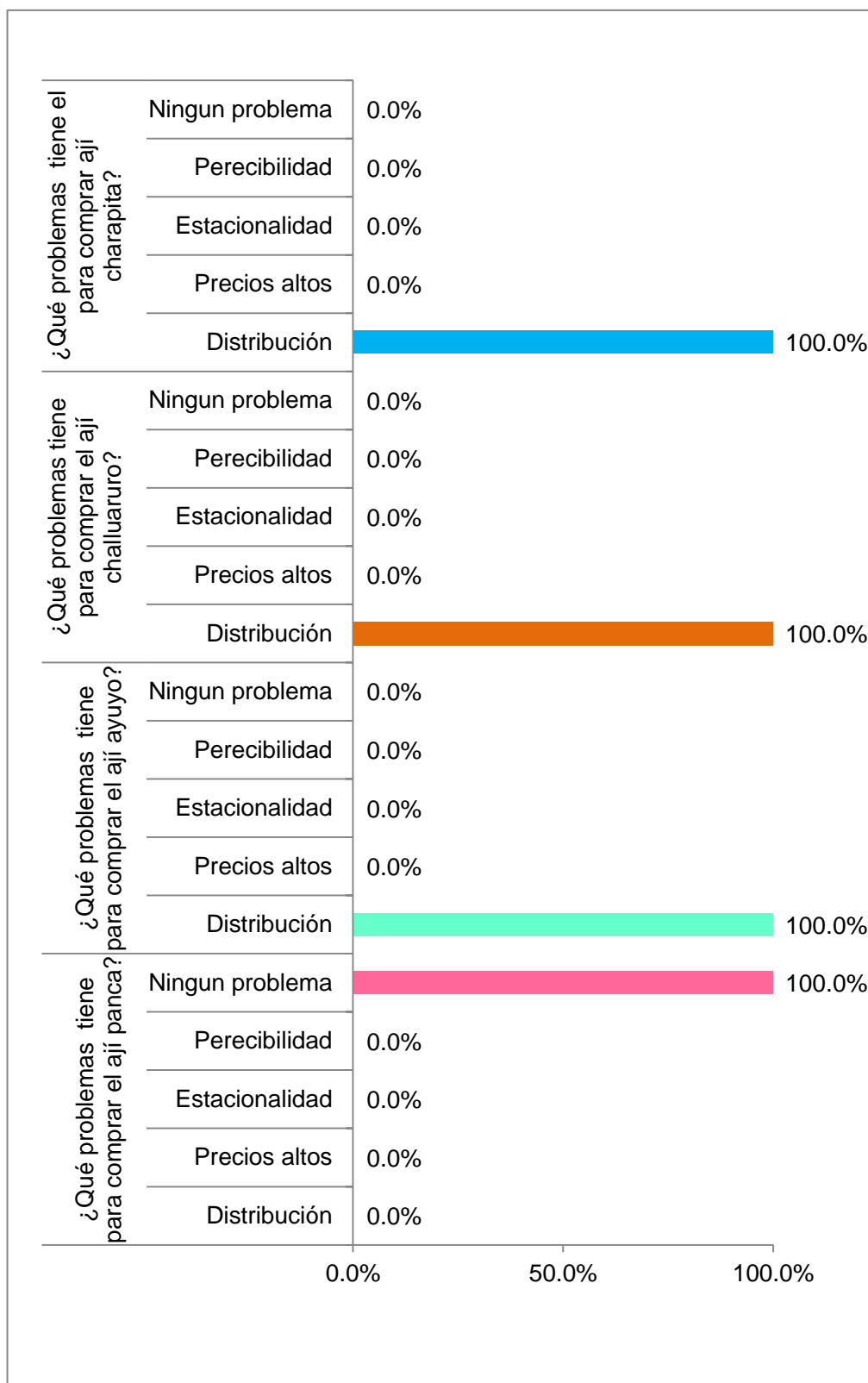
- Los compradores en un 100% de promedio indicaron que no tienen ningún problema para adquirir el ají limo, ají amarillo, ají panca, rocoto y rocoto de la selva central; ya que lo encuentran con facilidad en el Gran mercado mayorista de Lima.

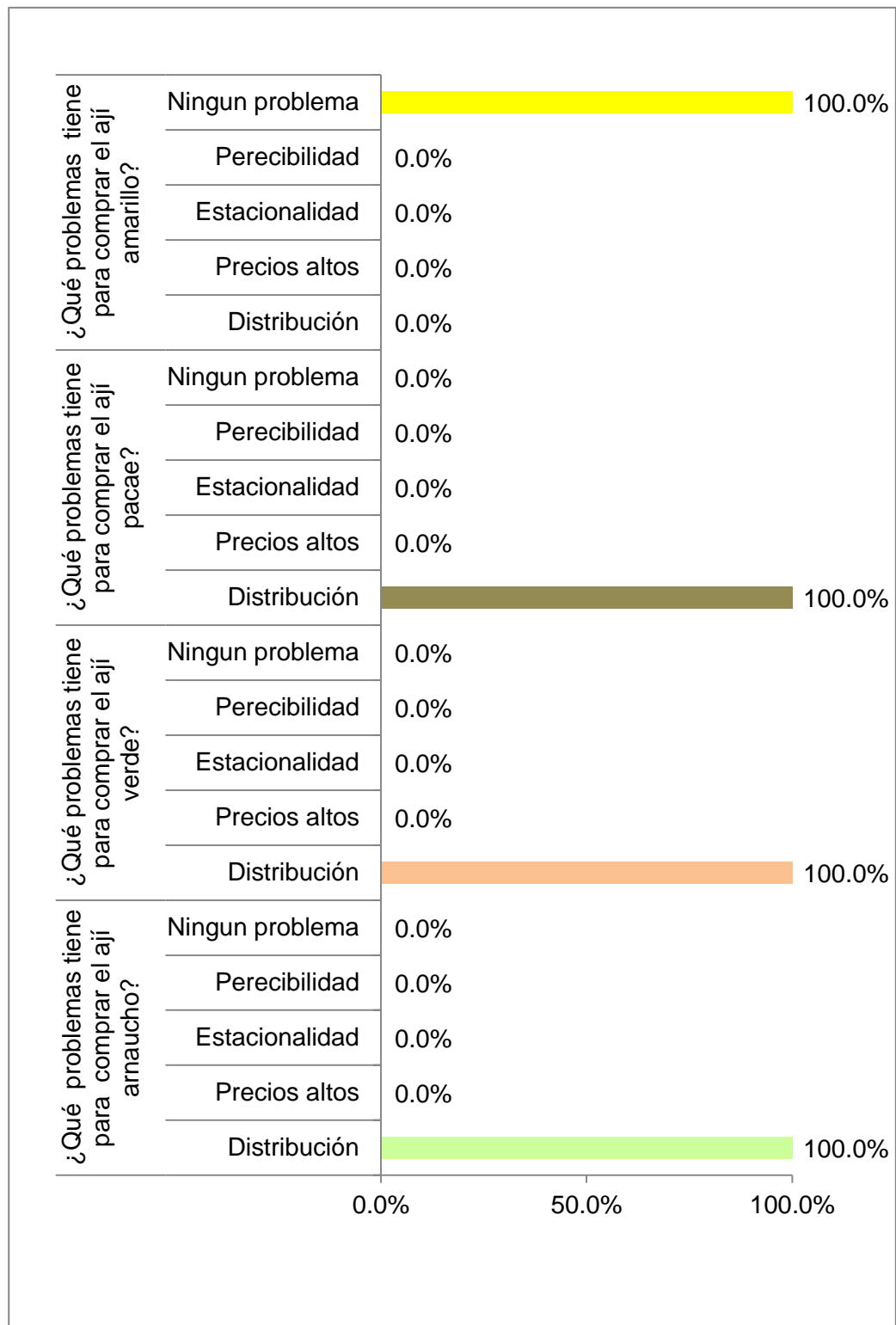
En la **gráfica N° 50** se representa los resultados en porcentajes

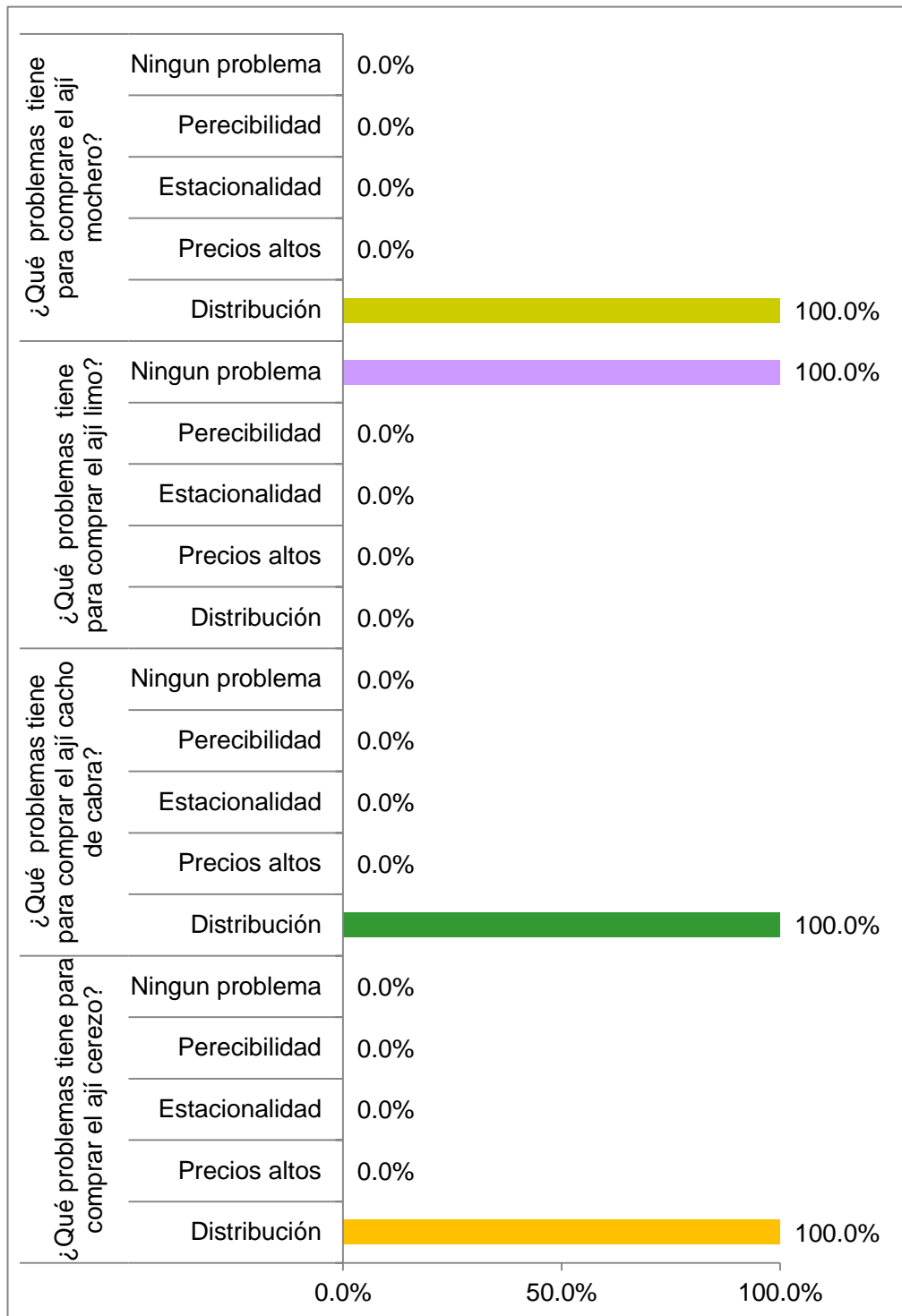
GRÁFICO N° 50











Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador.

PREGUNTA N° 4: ¿PARA QUÉ TIPO DE PREPARACIÓN UTILIZA LOS SIGUIENTES AJÍES?

TABLA N° 75

		Recuento	% del N de columna
¿Para qué tipo de preparación utiliza el aji cerezo?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	2	5.9%
	Desconocimiento de preparación	32	94.1%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el aji cacho de cabra?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	1	2.9%
	Desconocimiento de preparación	33	97.1%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el aji limo?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	34	100.0%
	Desconocimiento de preparación	0	0.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el aji mochero?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	6	17.6%
	Desconocimiento de preparación	28	82.4%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el	Salsas	1	2.9%
	Platos calientes	0	0.0%

aji arnaucho?	Platos frios	1	2.9%
	Desconocimiento de preparación	32	94.1%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el aji verde?	Salsas	1	2.9%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	0	0.0%
	Desconocimiento de preparación	33	97.1%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el aji paca?	Salsas	2	5.9%
	Platos calientes	1	2.9%
	Platos frios	0	0.0%
	Desconocimiento de preparación	31	91.2%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el aji amarillo?	Salsas	20	58.8%
	Platos calientes	14	41.2%
	Platos frios	0	0.0%
	Desconocimiento de preparación	0	0.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el aji panca?	Salsas	34	100.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	0	0.0%
	Desconocimiento de preparación	0	0.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el aji ayuyo?	Salsas	1	2.9%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	2	5.9%
	Desconocimiento de preparación	31	91.2%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el	Salsas	1	2.9%
	Platos calientes	0	0.0%

aji challuaruro?	Platos frios	3	8.8%
	Desconocimiento de preparación	30	88.2%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el aji charapita?	Salsas	5	14.7%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	4	11.8%
	Desconocimiento de preparación	25	73.5%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el aji dulce?	Salsas	2	5.9%
	Platos calientes	2	5.9%
	Platos frios	0	0.0%
	Desconocimiento de preparación	30	88.2%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el aji pucunucho?	Salsas	0	0.0%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	1	2.9%
	Desconocimiento de preparación	33	97.1%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el aji malagueta?	Salsas	2	5.9%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	1	2.9%
	Desconocimiento de preparación	31	91.2%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el rocoto?	Salsas	13	38.2%
	Platos calientes	11	32.4%
	Platos frios	10	29.4%
	Desconocimiento de preparación	0	0.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el	Salsas	9	26.5%
	Platos calientes	1	2.9%

rocoto de la huerta?	Platos frios	4	11.8%
	Desconocimiento de preparación	20	58.8%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el rocoto de la selva central?	Salsas	17	50.0%
	Platos calientes	6	17.6%
	Platos frios	11	32.4%
	Desconocimiento de preparación	0	0.0%
¿Para qué tipo de preparación utiliza el aji pipi de mono?	Salsas	4	11.8%
	Platos calientes	0	0.0%
	Platos frios	5	14.7%
	Desconocimiento de preparación	25	73.5%

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador.

En la **tabla N° 75** representa la utilización de los ajíes que dijeron los compradores; en el caso del ají limo, ají amarillo, ají panca, rocoto, rocoto de la selva central, rocoto de la huerta; los compradores indicaron que utilizaban estas variedades para salsas, platos fríos , platos caliente; pero sin embargo algunos compradores indicaron que conocían otras variedades de ajíes nativos mostrados en la tabla ; pero conocían preparaciones de esas variedades ya que eran de la zona donde se prepara comida acompañada con esos ajíes ; pero la gran mayoría de compradores desconocen la forma de utilización.

A continuación se detallara la respuesta de los compradores:

- En el caso de ají cerezo el 94.1% desconoce cómo lo pueden utilizar para una preparación, solo un 5.9% indico que si conocían para que podían utilizarlo e indicaron que lo utilizaban para platos fríos.
- El 97.1% en promedio de los compradores indicaron que desconocían la preparación del ají cacho de cabra, sin embargo el 2.9% indico que lo usaba para platos fríos.
- Los compradores en un promedio de 100% indicaron que utilizaba el ají limo para la preparación de platos fríos.
- El 82.4% en promedio de los compradores tienen desconocimiento de la utilización del ají mochero; pero el 17.6% indico que sabía para que utilizarlo, y lo usaban para la preparación de platos fríos.
- En el caso del ají arnaucho el 94.1% tiene desconocimiento para que preparación se puede emplear este ají; solo el 5.8% sabían para que utilizarlo, de los cuales el 2.9% lo utilizaban para salsas y el otro 2.9% para platos fríos.
- El desconocimiento de la preparación del ají verde en promedio es de 97.1%; sin embargo solo un 2.9% en promedio indico q si sabían para q utilizarlo, y lo usaban en la preparación de salsas.
- En el caso del ají pacaee el 91.2% desconoce en qué preparación lo pueden utilizar; no obstante solo el 8.8% saben para que utilizarlo, de los cuales el 5.9% indica que lo usan para salsas y el 2.9% para platos calientes.
- En el caso del ají amarillo el 58.8% de los compradores lo utilizan para la preparación de salsas; y el 41.2% en promedio lo utilizan para la preparación de platos calientes.

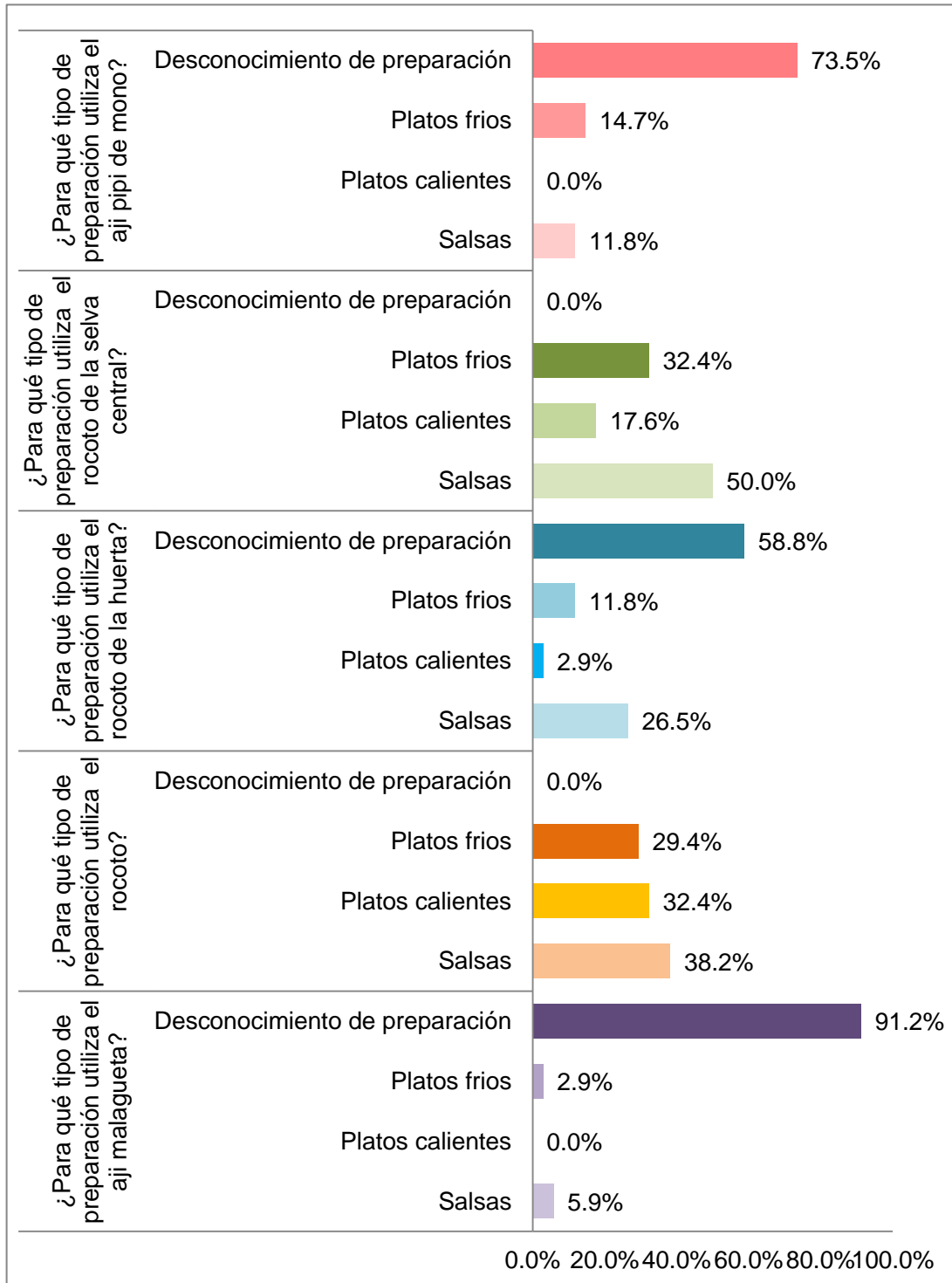
- En el caso del ají panca el 100% en promedio de los compradores lo utilizan para salsas.
- El desconocimiento del comprador para utilizar en una preparación el ají ayuyo es en promedio de 91.2%; sin embargo solo un 8.8% conocen para se puede utilizar, de los cuales el 2.9% lo utilizan para salsas, y el 5.9% en platos fríos.
- En el caso del ají challuaruro los compradores desconocen la preparación de este ají en promedio de 88.2%; no obstante el 11.7% saben para que preparación utilizarlo, los cuales el 2.9% lo utiliza para salsa y el 8.8% lo utiliza para platos fríos
- El 26.5% en promedio de los compradores saben para que utilizar el ají charapita, de los cuales el 14.7% lo utilizan para salsas y el 11.8% para platos fríos; sin embargo el 73.5% desconocen en qué tipo de preparación se utiliza este ají.
- El 88.2% promedio de los compradores desconocen para que tipo de preparación utilizan el ají dulce, no obstante el 11.8% saben para que preparación se puede utilizar, los cuales el 5.9% lo utilizan para salsas y el otro 5.9% lo utilizan para platos calientes.
- El desconocimiento del tipo de preparación en que se utiliza el ají pucunucho en promedio es de 97.1%; sin embargo los compradores en un 2.9% indicaron que lo utilizan para la preparación de platos fríos.
- El desconocimiento del tipo de preparación en que se utiliza el ají malagueta en promedio es de 91.2%; sin embargo los compradores en un 8.8% indicaron para que lo utilizan, los cuales lo utilizaban para la preparación de platos fríos un 2.9% y el otro 5.9% lo utilizan para la preparación de salsas.

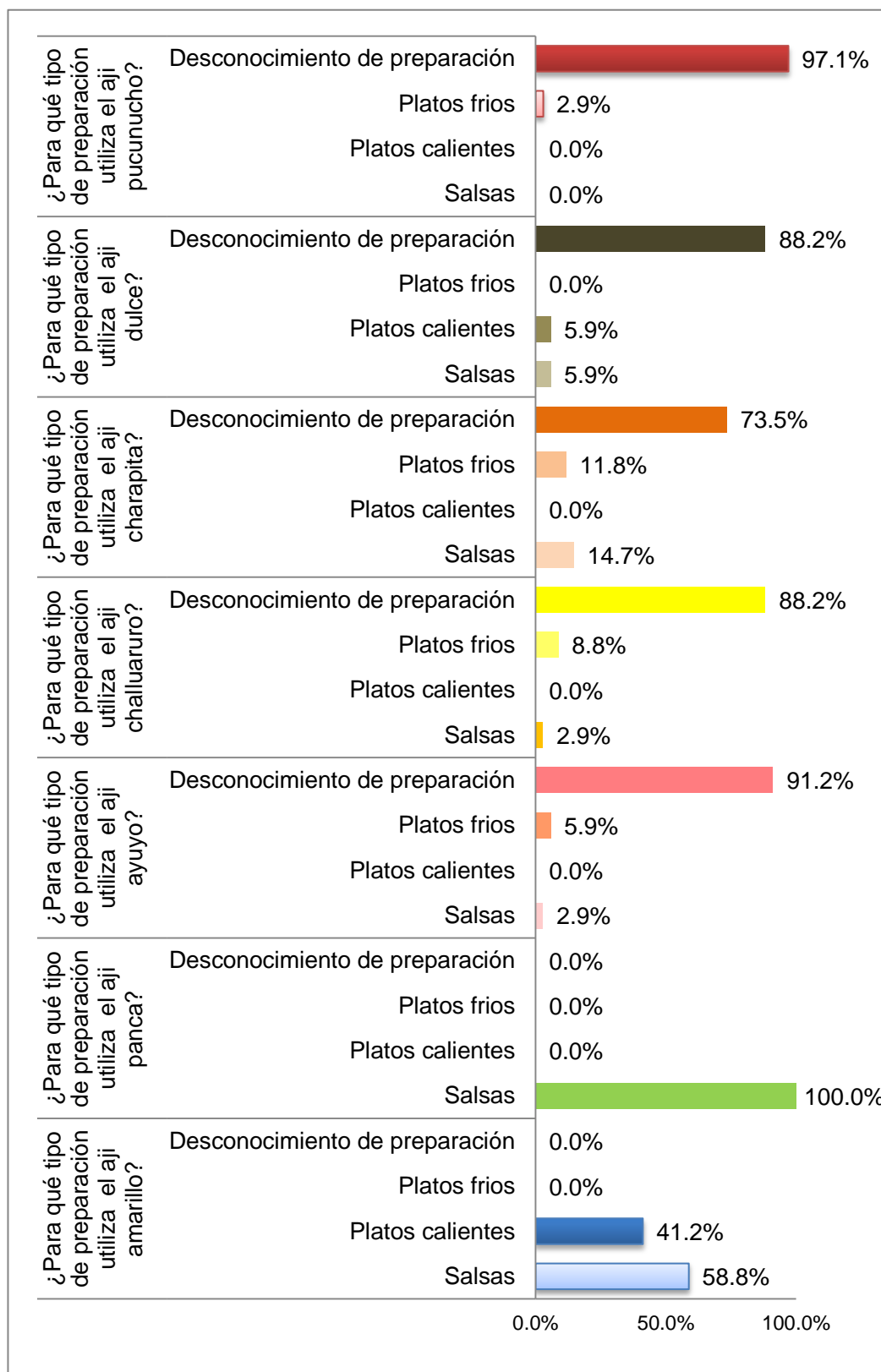
- En el caso del rocoto el 100% sabían para que tipo de preparación podían utilizar este tipo de ají; los cuales lo utilizaban para salsa en un 38.2% en promedio; el otro 32.4% lo utiliza para platos calientes y el 29.4% de compradores lo utilizan para platos fríos.
- El desconocimiento del comprador de para qué tipo de preparación pueden utilizar el rocoto de la huerta es de 58.8% en promedio; sin embargo el 41.2% saben en qué preparación pueden utilizar esta variedad de ají; de los cuales el 26.5% lo utilizan para salsas, el 2.9% para platos calientes y el 11.8% en platos fríos.
- En el caso del rocoto de la selva central los compradores en su 100% saben para que tipo de preparación pueden utilizar esta variedad de ají; de los cuales el 50% lo utiliza en salsas, el 17.6% en promedio en platos calientes y el 32.4% en platos fríos.
- El desconocimiento del comprador de en qué tipo de preparación se puede emplear el ají pipi de mono es de 73.5% en promedio; no obstante el 26.5% en promedio saben para que tipo de preparación utilizar esta variedad de ají; los cuales en un 11.8% lo utilizan para la preparación de salsas y el otro 14.7% lo utiliza en la preparación de platos fríos.

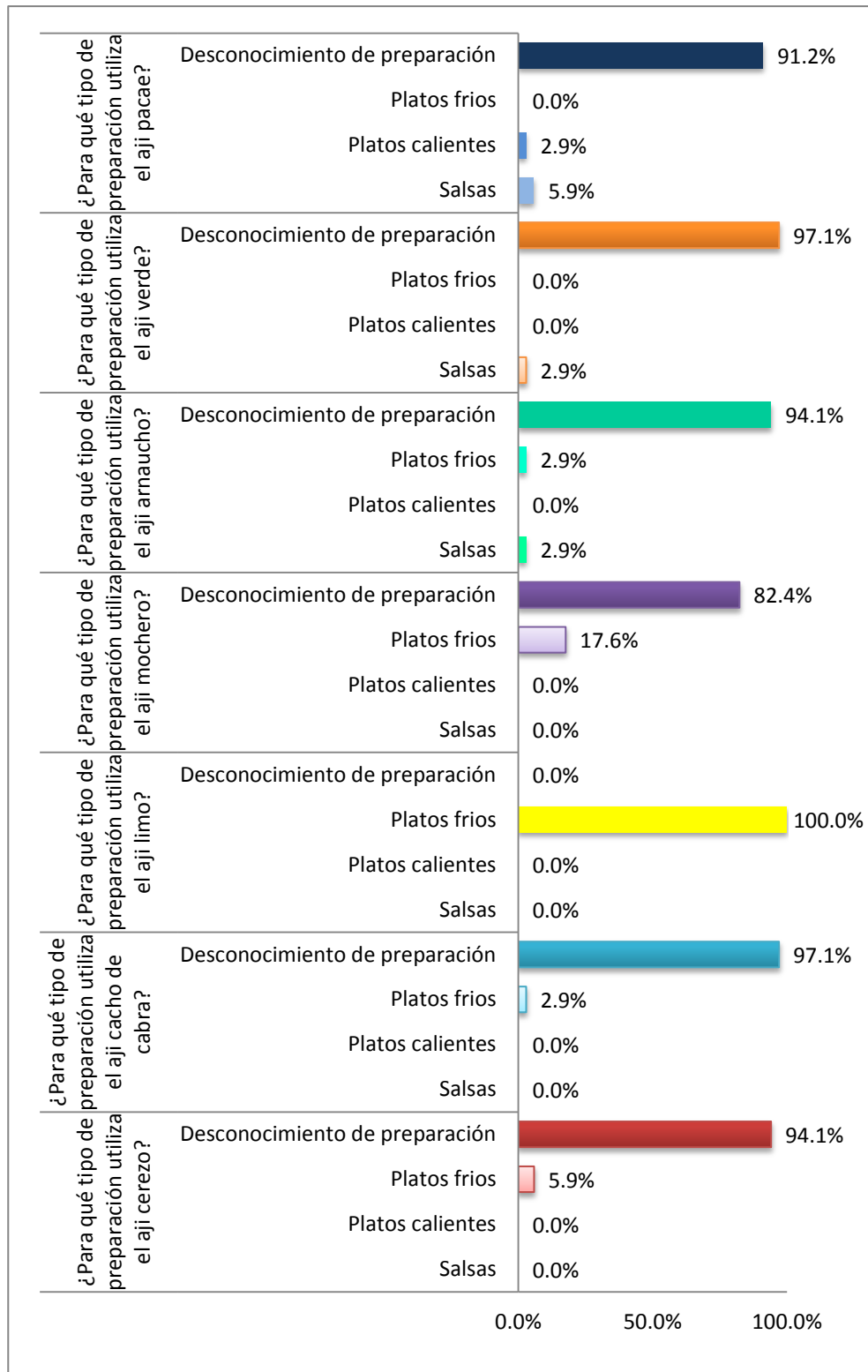
En la **gráfica N° 51** se representa los resultados en porcentajes

GRÁFICO N° 51

¿PARA QUÉ TIPO DE PREPARACIÓN UTILIZA LOS SIGUIENTES AJÍES?







Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador.

PREGUNTA N° 5: ¿POR QUÉ RAZON PREFIEREN UTILIZAR ESAS VARIEDADES DE AJÍES EN LA PREPARACIÓN DE PLATOS?

TABLA N° 76

		Recuento	% del N de columna
¿Por qué razón prefiere el ají cerezo?	Aroma	1	3%
	Sabor	1	3%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	32	94%
¿Por qué razón prefiere el ají cacho de cabra?	Aroma	0	0%
	Sabor	1	3%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	33	97%
¿Por qué razón prefiere el ají limo?	Aroma	17	50%
	Sabor	17	50%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	0	0%
¿Por qué razón prefiere ají mochero?	Aroma	1	3%
	Sabor	5	15%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	28	82%

¿Por qué razón prefiere el ají arnaucho?	Aroma	1	3%
	Sabor	1	3%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	32	94%
¿Por qué razón prefiere el ají verde?	Aroma	1	3%
	Sabor	0	0%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	33	97%
¿Por qué razón prefiere el ají pacaé?	Aroma	1	3%
	Sabor	2	6%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	31	91%
¿Por qué razón prefiere el ají amarillo?	Aroma	0	0%
	Sabor	34	100%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	0	0%
¿Por qué razón prefiere el ají panca?	Aroma	0	0%
	Sabor	34	100%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	0	0%
¿Por qué razón prefiere el ají ayuyo?	Aroma	2	6%
	Sabor	1	3%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	31	91%

¿Por qué razón prefiere el ají challuaruro?	Aroma	1	3%
	Sabor	3	9%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	30	88%
¿Por qué razón prefiere el ají charapita?	Aroma	2	6%
	Sabor	10	29%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	22	65%
¿Por qué razón prefiere el ají dulce?	Aroma	1	3%
	Sabor	3	9%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	30	88%
¿Por qué razón prefiere el ají pucunucho?	Aroma	0	0%
	Sabor	1	3%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	33	97%
¿Por qué razón prefiere el ají malagueta?	Aroma	1	3%
	Sabor	2	6%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	31	91%
¿Por qué razón prefiere el rocoto?	Aroma	0	0%
	Sabor	34	100%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	0	0%

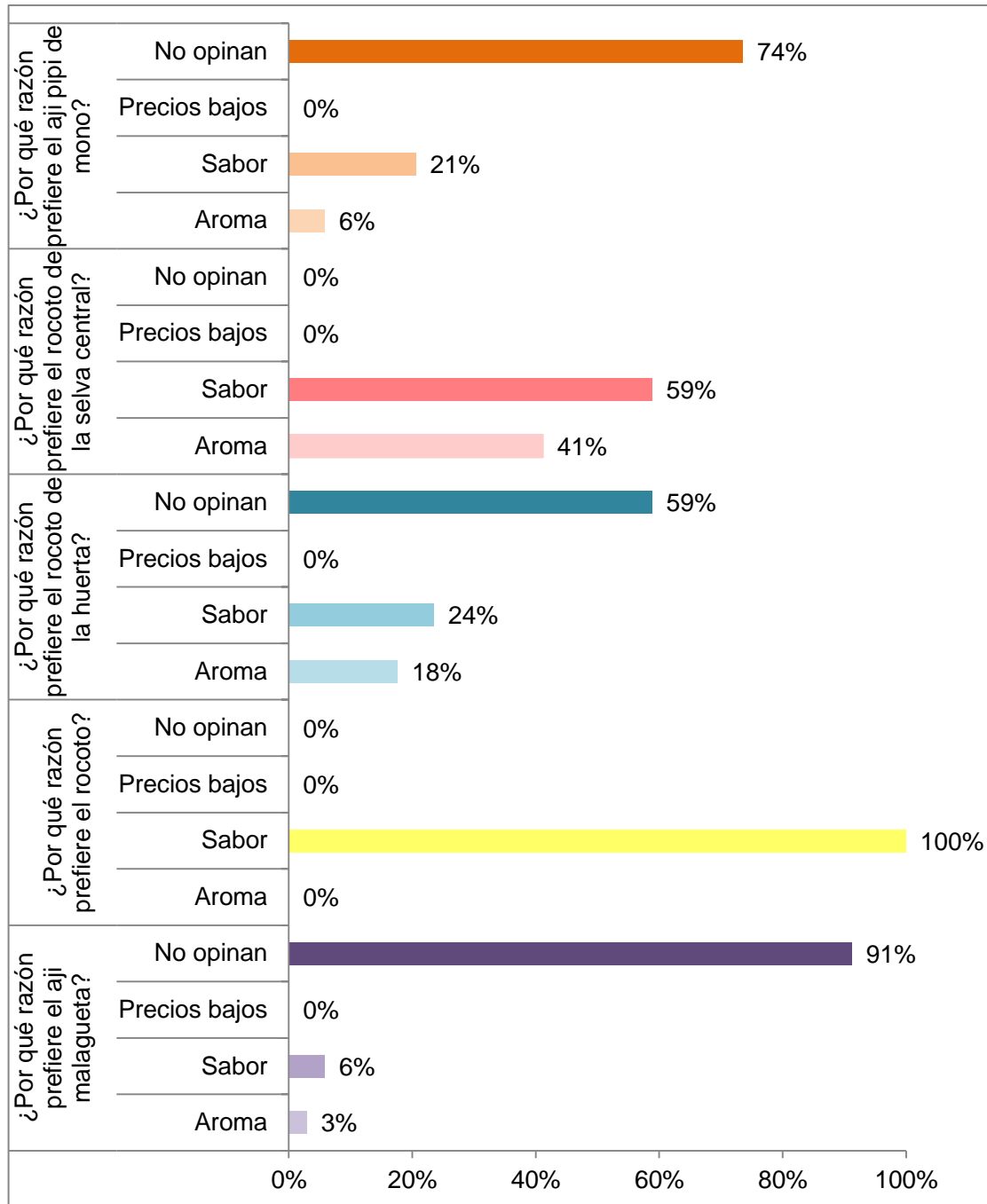
¿Por qué razón prefiere el rocoto de la huerta?	Aroma	6	18%
	Sabor	8	24%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	20	59%
¿Por qué razón prefiere el rocoto de la selva central?	Aroma	14	41%
	Sabor	20	59%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	0	0%
¿Por qué razón prefiere el ají pipi de mono?	Aroma	2	6%
	Sabor	7	21%
	Precios bajos	0	0%
	No opinan	25	74%

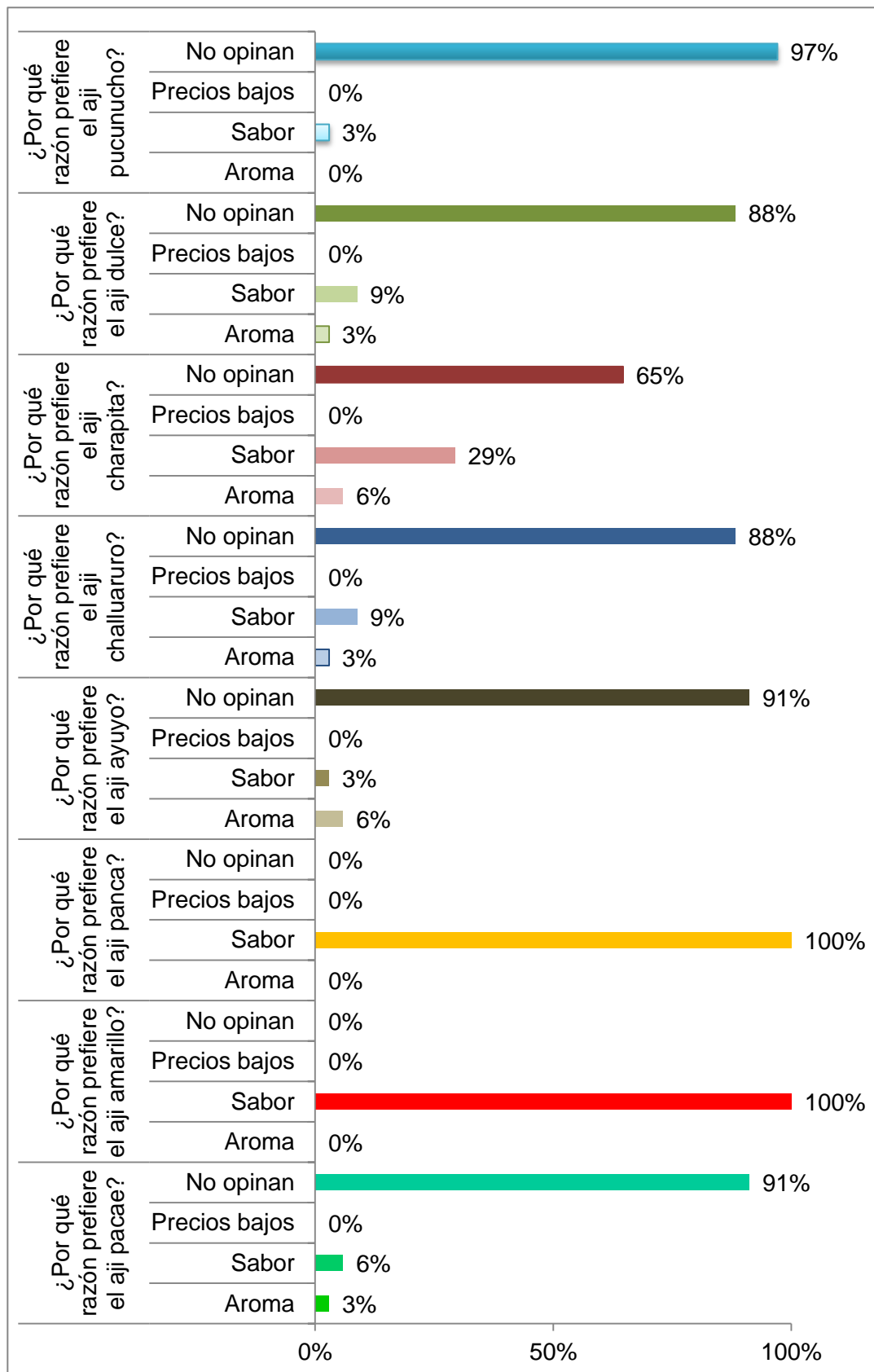
Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador.

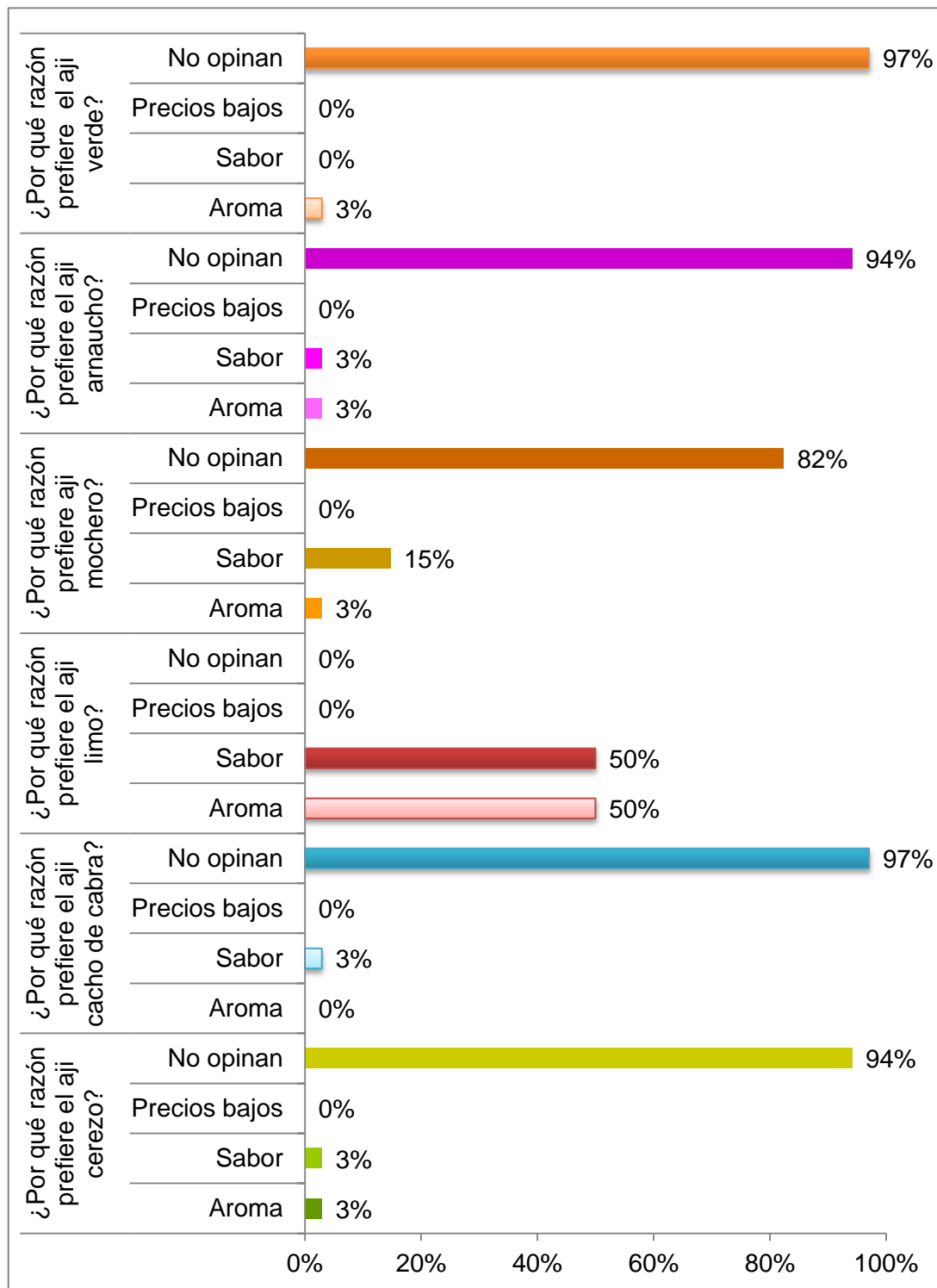
En la tabla N° 76 se indica que los compradores prefieren el ají amarillo, ají panca, ají limo, rocoto, rocoto de la huerta, rocoto de la selva central; por el sabor y el aroma. Pero los otros compradores que conocen algunas variedades de ajíes nativos (cerezo, cacho de cabra, mochero, arnaucho, verde, paca, ayuyo, challuaruro, charapita, dulce, malagueta, pucunucho, pipi de mono y rocoto de la huerta) los prefieren por su aroma y sabor; pero sin embargo la mayoría de los compradores no opinaron ya que no conocen de las variedades de ajíes cerezo, cacho de cabra, mochero, arnaucho, verde, paca, ayuyo, challuaruro, charapita, dulce, malagueta, pucunucho, pipi de mono y rocoto de la huerta. En la **gráfica N° 52** se representa los resultados en porcentajes

GRÁFICO N° 52

¿POR QUÉ RAZÓN PREFIERE UTILIZAR ESTAS VARIEDADES AJÍES EN LA PREPARACIÓN DE LOS PLATOS?







Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador.

PREGUNTA N° 6: ¿QUÉ TIPOS DE AJÍES COMPRA?

TABLA N° 77

		Recuento	% del N de columna
¿Compra el ají cerezo?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	2	5.9%
	Nunca	32	94.1%
¿Compra el ají cacho de cabra?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	1	2.9%
	Nunca	33	97.1%
¿Compra el ají limo?	Siempre	24	70.6%
	Casi siempre	8	23.5%
	Algunas veces	2	5.9%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	0	0.0%
¿Compra el ají	Siempre	0	0.0%

mochoero?	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	1	2.9%
	Casi nunca	5	14.7%
	Nunca	28	82.4%
¿Compra el ají arnaucho?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	2	5.9%
	Nunca	32	94.1%
¿Compra el ají verde?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	1	2.9%
	Nunca	33	97.1%
¿Compra el ají pacaé?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	3	8.8%
	Nunca	31	91.2%
¿Compra el ají amarillo?	Siempre	34	100.0%
	Casi siempre	0	0.0%

	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	0	0.0%
¿Compra el ají panca?	Siempre	34	100.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	0	0.0%
¿Compra el ají ayuyo?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	3	8.8%
	Nunca	31	91.2%
¿Compra el ají challuaruro?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	3	8.8%
	Nunca	31	91.2%
¿Compra el ají charapita?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%

	Casi nunca	11	32.4%
	Nunca	23	67.6%
¿Compra el ají dulce?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	4	11.8%
	Nunca	30	88.2%
¿Compra el ají pucunucho?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	1	2.9%
	Nunca	33	97.1%
¿Compra el ají malagueta?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	3	8.8%
	Nunca	31	91.2%
¿Compra el rocoto?	Siempre	24	70.6%
	Casi siempre	10	29.4%
	Algunas veces	0	0.0%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	0	0.0%

¿Compra el rocoto de la huerta?	Siempre	6	17.6%
	Casi siempre	6	17.6%
	Algunas veces	2	5.9%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	20	58.8%
¿Compra el rocoto de la selva central?	Siempre	16	47.1%
	Casi siempre	6	17.6%
	Algunas veces	12	35.3%
	Casi nunca	0	0.0%
	Nunca	0	0.0%
¿Compra el ají pipi de mono?	Siempre	0	0.0%
	Casi siempre	0	0.0%
	Algunas veces	1	2.9%
	Casi nunca	8	23.5%
	Nunca	25	73.5%

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador

En la **tabla N° 77** indica que variedades de ajíes comprados según la encuesta aplicada al comprador; el cual indico que compra ají amarillo, ají limo, ají panca, rocoto, rocoto de la selva central, rocoto de la huerta; y otros compradores indicaron que casi nunca compran otras variedades ya que existe problema de distribución; pero sin embargo la mayoría de compradores indicaron que nunca compran esas variedades de ajíes nativos.

A continuación se dará a detallar las respuestas que dio el comprador respecto a que variedades de ajíes compra en el Gran mercado mayorista de Lima:

- Los compradores indicaron en un promedio de 94.1% que nunca compran el ají cerezo; sin embargo el 5.9% indicaron que casi nunca compran esa variedad de ají; ya que estos compradores indicaron que no encuentran esa variedad en Lima con facilidad.
- En el caso del ají cacho de cabra el 97.1% de los compradores indicaron que nunca han comprado este ají; y solo un 2.9% indicó que casi nunca compra esta variedad de ají.
- Los compradores indicaron con un 70.6% que siempre compran ají limo; un 23.5% que casi siempre; y un mínimo porcentaje de compradores indicaron con un 5.9% que algunas veces compran dicho ají.
- Con un promedio de 82.4% los compradores indicaron que nunca compran el ají mochero; sin embargo un promedio de 2.9% indicó que algunas veces compra este ají; no obstante un 14.7% indicó que casi nunca compra esta variedad por los motivos de distribución.
- En el caso del ají arnaucho el 94.1% en promedio de los compradores indicaron que nunca compran este ají; sin embargo un 5.9% dieron a conocer que casi nunca compran este ají.
- En el caso del ají verde el 97.1% en promedio de los compradores indicaron que nunca compran este ají; sin embargo un 2.9% dio a conocer que casi nunca compran este ají.
- Los compradores indicaron en un 91.2% que nunca compran el ají paca; sin embargo el 8.8% indicaron que casi nunca compran esta variedad ya que no encuentran esta variedad de ají con facilidad.

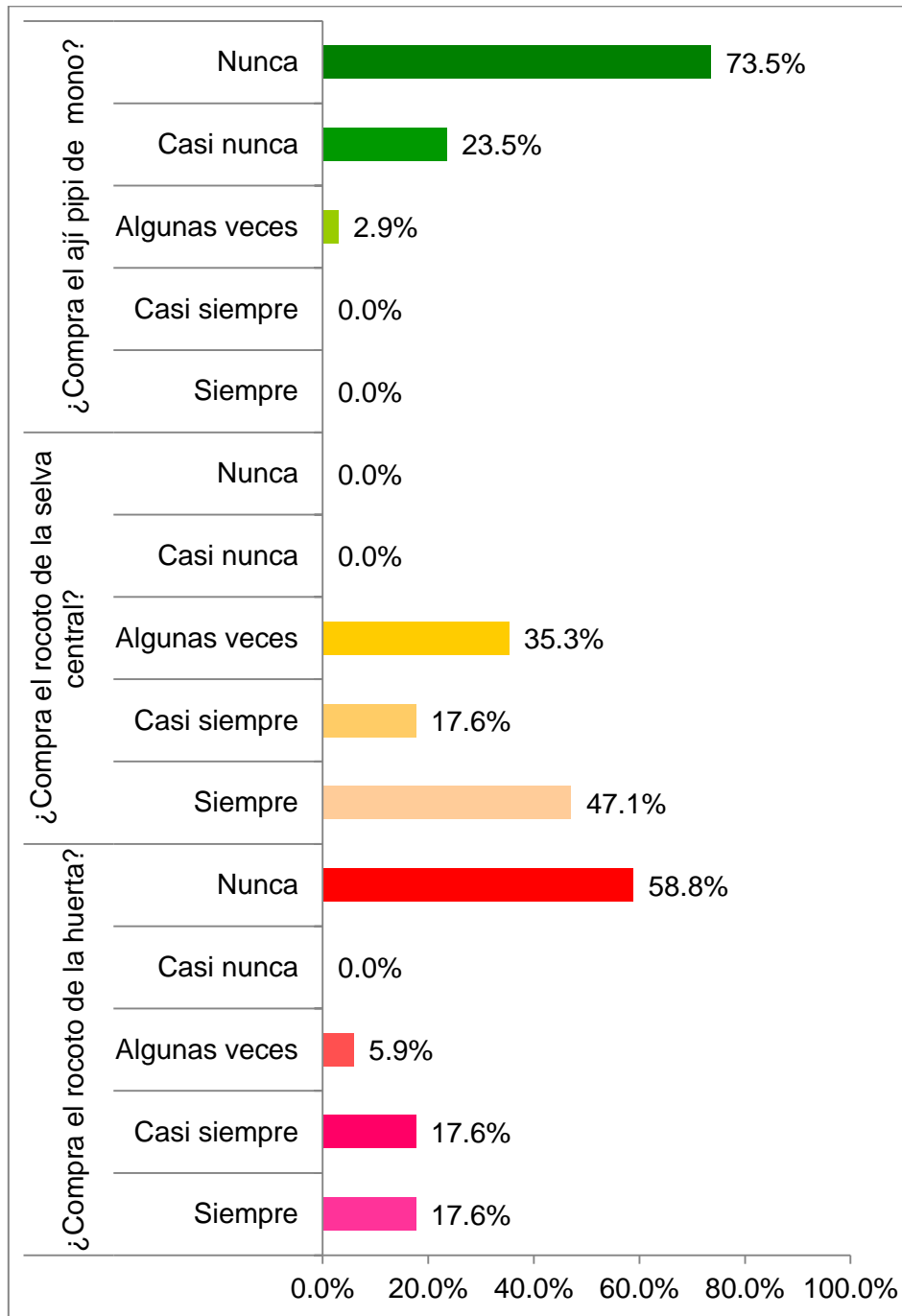
- En el caso del ají amarillo los compradores indicaron en un 100% que siempre compran este ají.
- Los compradores en un 100% en promedio indicaron que siempre compran el ají panca.
- En el caso del ají ayuyo el 91.2% de los compradores indicaron que nunca han comprado este ají; y solo un 8.8% indico que casi nunca compra esta variedad de ají.
- En el caso del ají challuaruro el 91.2% de los compradores indicaron que nunca han comprado este ají; y solo un 8.8% indico que casi nunca compra esta variedad de ají.
- El ají charapita en un 67.6% de los compradores indicaron que nunca han comprado este ají ya que no conocen de él; y solo 32.4% indico que casi nunca compra esta variedad de ají ya que no encuentra con facilidad esta variedad de ají.
- En el caso del ají dulce el 88.2% de los compradores indicaron que nunca han comprado este ají; y solo un 11.8% indico que casi nunca compra esta variedad de ají.
- Los compradores indicaron en un 97.1% en promedio que nunca han comprado el ají pucunucho ya que no saben su utilización; y un 2.9% indicaron que casi nunca han comprado este ají.
- Los compradores indicaron en un 91.2% que nunca compran el ají malagueta; sin embargo el 8.8% indicaron que casi nunca compran esta variedad ya que no encuentran esta variedad de ají con facilidad.

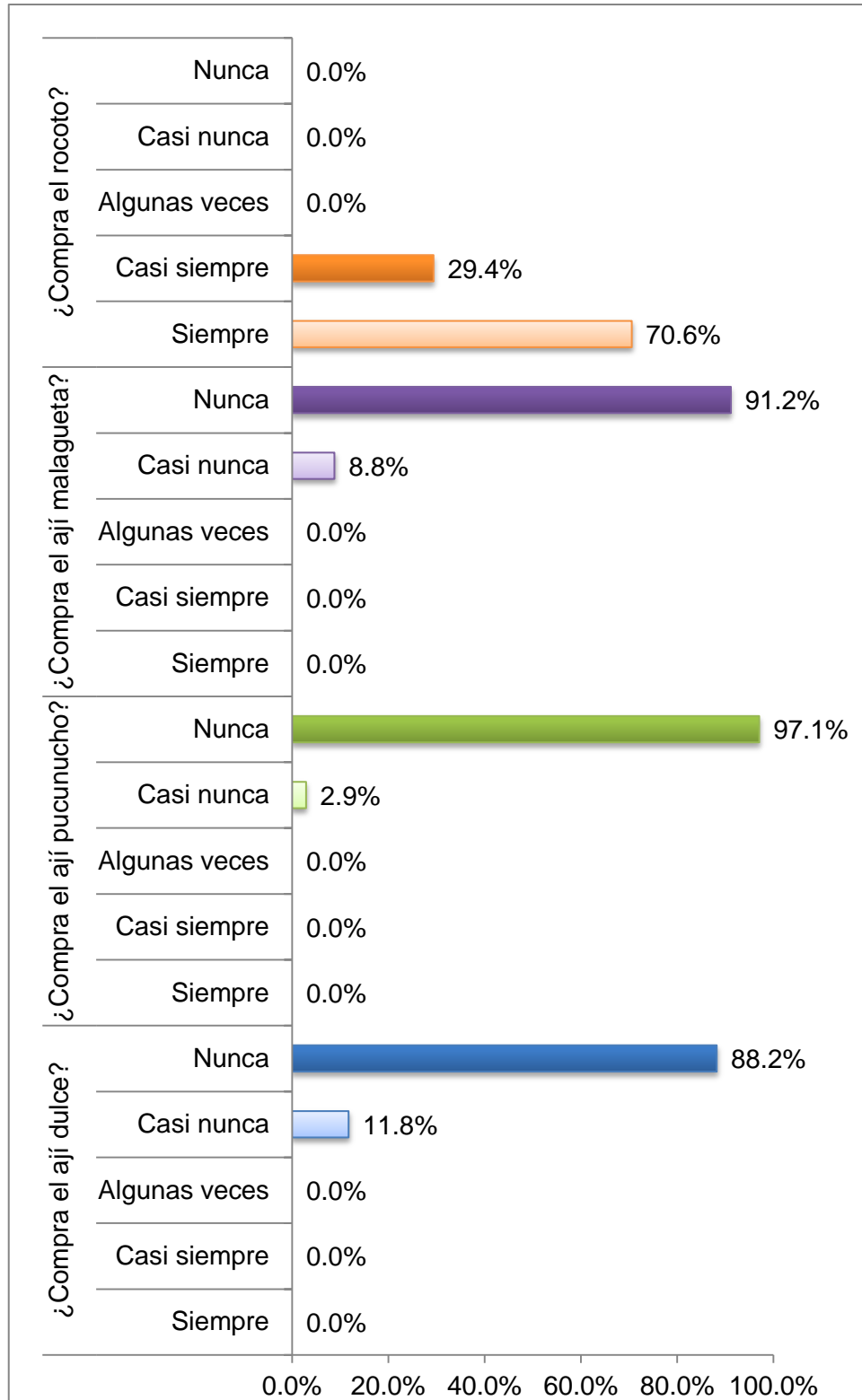
- Los compradores con un 70.6% en promedio indicaron que siempre compran rocoto; sin embargo el 29.4% respondieron que casi siempre. Éstos resultados se debe a que esta variedad de ají es muy conocida y comercializada en el Gran mercado mayorista de Lima.
- En el caso del rocoto de la huerta el 58.8% en promedio de los compradores indicaron que nunca compran este ají ya que no lo conocen; sin embargo un 5.9% en promedio de los compradores indicaron que algunas veces compran este ají; y un 17.6% indicaron que casi siempre; no obstante un 17.6% en promedio de los compradores indicaron que siempre compran esta variedad ya que existe algunos puestos en que se comercializan esta variedad de ají.
- El 47.1% de los compradores en promedio adquieren siempre el rocoto de la selva central; un 17.6% indicaron casi siempre; no obstante el 35.3% indico que algunas veces compran este ají.
- En el caso del ají pipi de mono el 73.5% en promedio de los compradores indicaron que nunca compran este ají; sin embargo un 23.5% dio a conocer que casi nunca compran este ají; pero un 2.9% indicaron que algunas veces compran este ají bajo pedido.

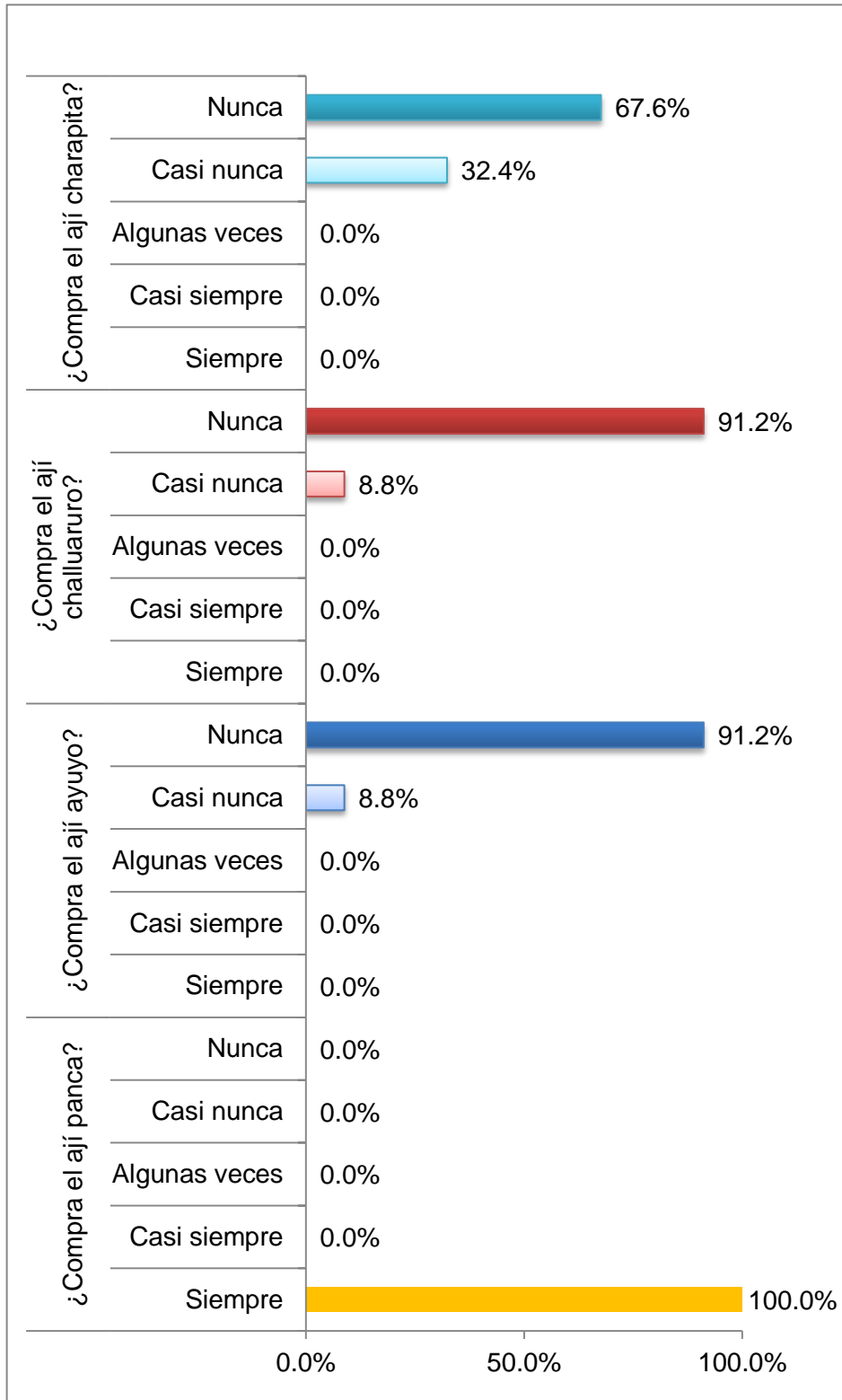
En la **gráfica N° 53** se representa los resultados en porcentajes

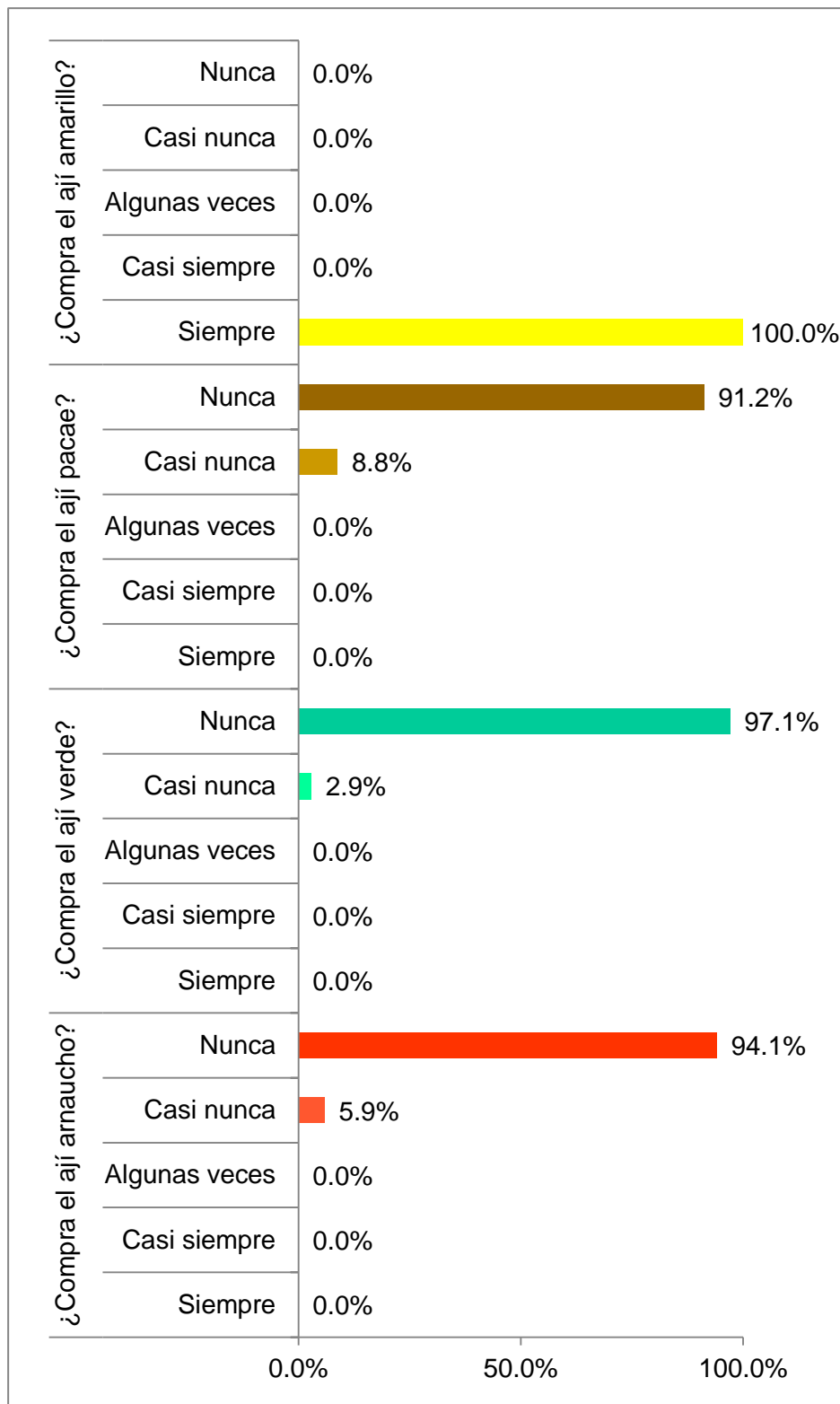
GRÁFICO N° 53

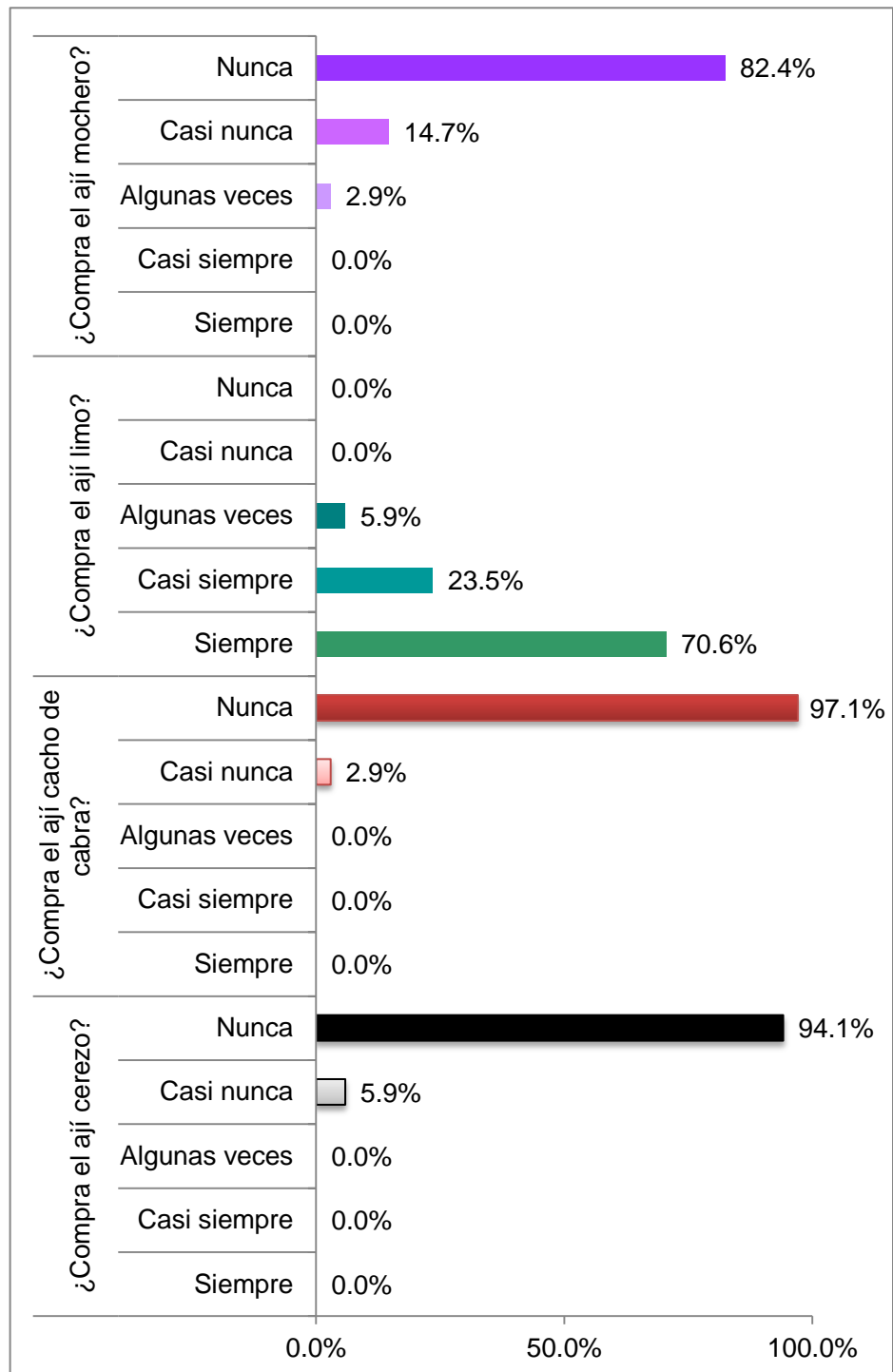
¿QUÉ TIPOS DE AJIES COMPRA?











Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador

PREGUNTA N° 7: ¿EN QUÉ ÉPOCA DEL AÑO USTED COMPRA MÁS AJÍES?

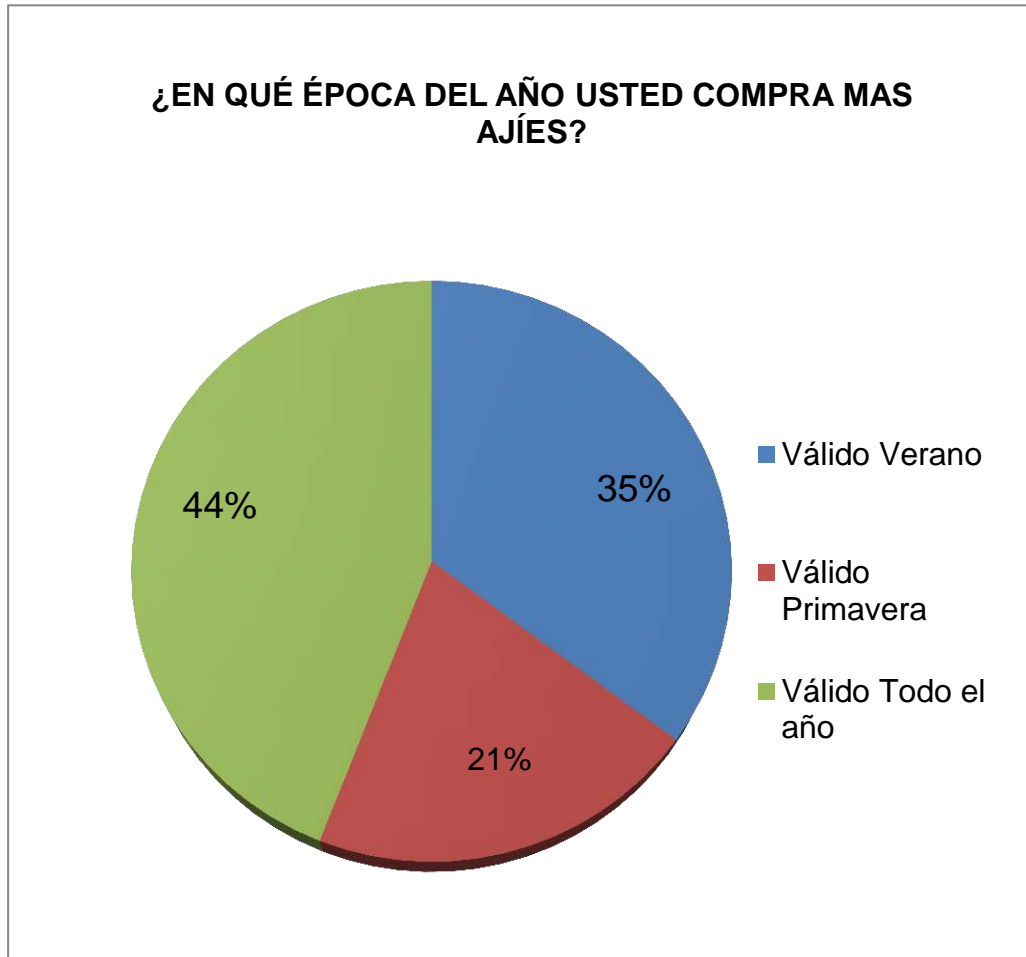
TABLA N° 78

¿En qué época del año usted compra más ajíes?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Verano	12	35.3	35.3	35.3
	Primavera	7	20.6	20.6	55.9
	Todo el año	15	44.1	44.1	100.0
	Total	34	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador

En la **tabla N° 78** el promedio 44.1% indica que los compradores compran ají todo el año, seguido en la época de verano. Además los compradores dieron a conocer que era imprescindible comprar ají, ya que lo usan con frecuencia y es trascendental para la preparación de las comidas. En la **gráfica N° 54** se representa los resultados en porcentajes

GRÁFICO N° 54



Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador

PREGUNTA N°8: ¿USTED POR QUÉ MOTIVO CONOCE LOS SIGUIENTES AJÍES?

TABLA N° 79

		Recuento	% del N de columna
¿Por qué motivo conoce el aji cerezo?	Estudiante de gastronomía	0	0.0%
	Conocimiento general	1	2.9%
	Cocinero	1	2.9%
	No conozco	32	94.1%
¿Por qué motivo conoce el aji cacho de cabra?	Estudiante de gastronomía	0	0.0%
	Conocimiento general	1	2.9%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	33	97.1%
¿Por qué motivo conoce el aji limo?	Estudiante de gastronomía	0	0.0%
	Conocimiento general	34	100.0%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	0	0.0%

¿Por qué motivo conoce el aji mochero?	Estudiante de gastronomía	1	2.9%
	Conocimiento general	3	8.8%
	Cocinero	2	5.9%
	No conozco	28	82.4%
¿Por qué motivo conoce el aji arnaucho?	Estudiante de gastronomía	1	2.9%
	Conocimiento general	1	2.9%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	32	94.1%
¿Por qué motivo conoce el aji verde?	Estudiante de gastronomía	0	0.0%
	Conocimiento general	1	2.9%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	33	97.1%
¿Por qué motivo conoce el aji pacaé?	Estudiante de gastronomía	1	2.9%
	Conocimiento general	1	2.9%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	32	94.1%
¿Por qué motivo conoce el aji amarillo?	Estudiante de gastronomía	0	0.0%
	Conocimiento general	34	100.0%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	0	0.0%

¿Por qué motivo conoce el aji panca?	Estudiante de gastronomía	0	0.0%
	Conocimiento general	34	100.0%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	0	0.0%
¿Por qué motivo conoce el aji ayuyo?	Estudiante de gastronomía	0	0.0%
	Conocimiento general	3	8.8%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	31	91.2%
¿Por qué motivo conoce el aji challuaruro?	Estudiante de gastronomía	1	2.9%
	Conocimiento general	3	8.8%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	30	88.2%
¿Por qué motivo conoce el aji charapita?	Estudiante de gastronomía	0	0.0%
	Conocimiento general	10	29.4%
	Cocinero	1	2.9%
	No conozco	23	67.6%
¿Por qué motivo conoce el aji dulce?	Estudiante de gastronomía	1	2.9%
	Conocimiento general	3	8.8%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	30	88.2%

¿Por qué motivo conoce el aji pucunucho?	Estudiante de gastronomía	0	0.0%
	Conocimiento general	1	2.9%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	33	97.1%
¿Por qué motivo conoce el aji malagueta?	Estudiante de gastronomía	0	0.0%
	Conocimiento general	2	5.9%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	32	94.1%
¿Por qué motivo conoce el rocoto?	Estudiante de gastronomía	0	0.0%
	Conocimiento general	34	100.0%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	0	0.0%
¿Por qué motivo conoce el rocoto de la huerta?	Estudiante de gastronomía	3	8.8%
	Conocimiento general	9	26.5%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	22	64.7%
¿Por qué motivo conoce el rocoto de la selva central?	Estudiante de gastronomía	0	0.0%
	Conocimiento general	34	100.0%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	0	0.0%

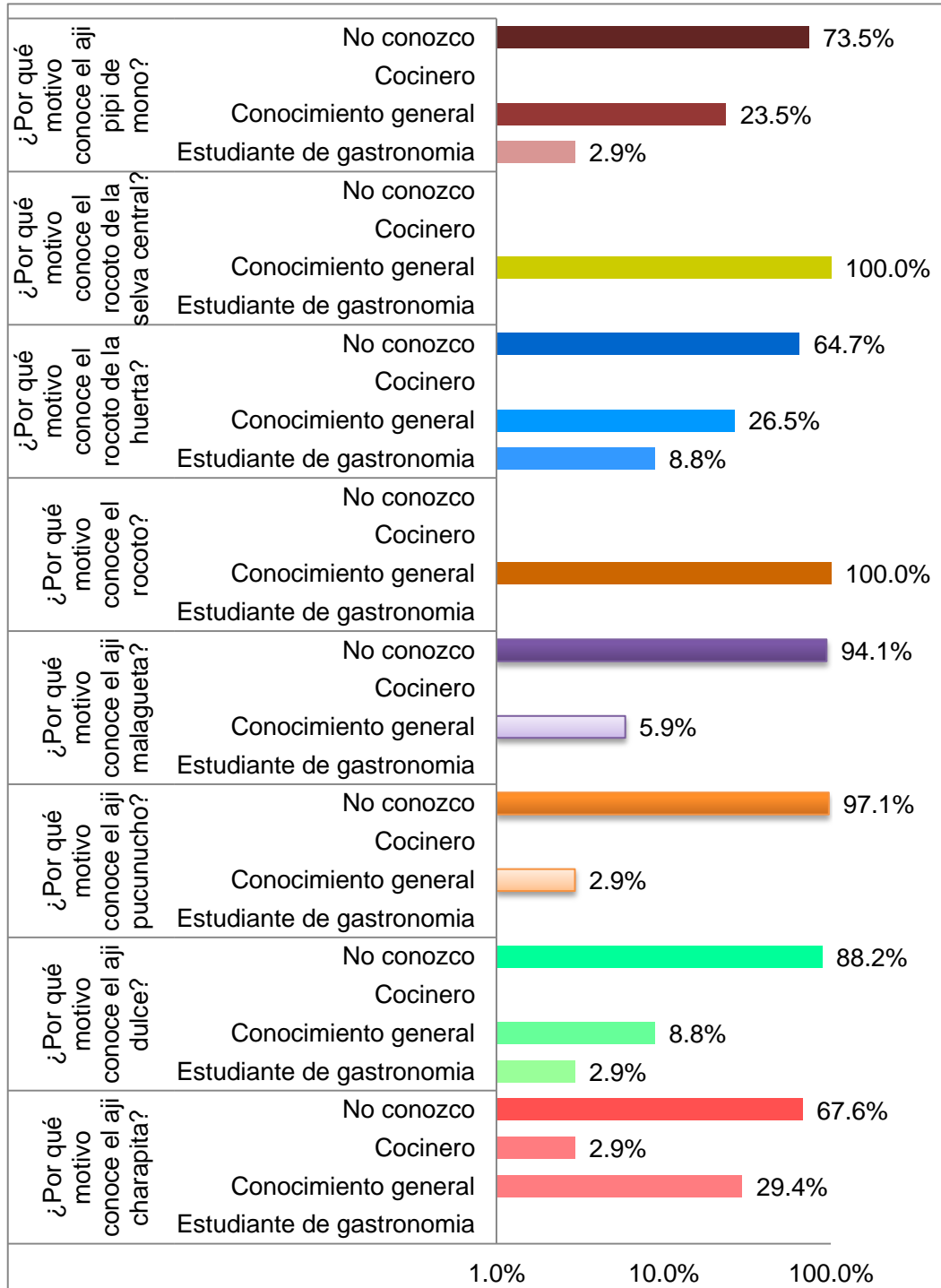
¿Por qué motivo conoce el aji pipi de mono?	Estudiante de gastronomía	1	2.9%
	Conocimiento general	8	23.5%
	Cocinero	0	0.0%
	No conozco	25	73.5%

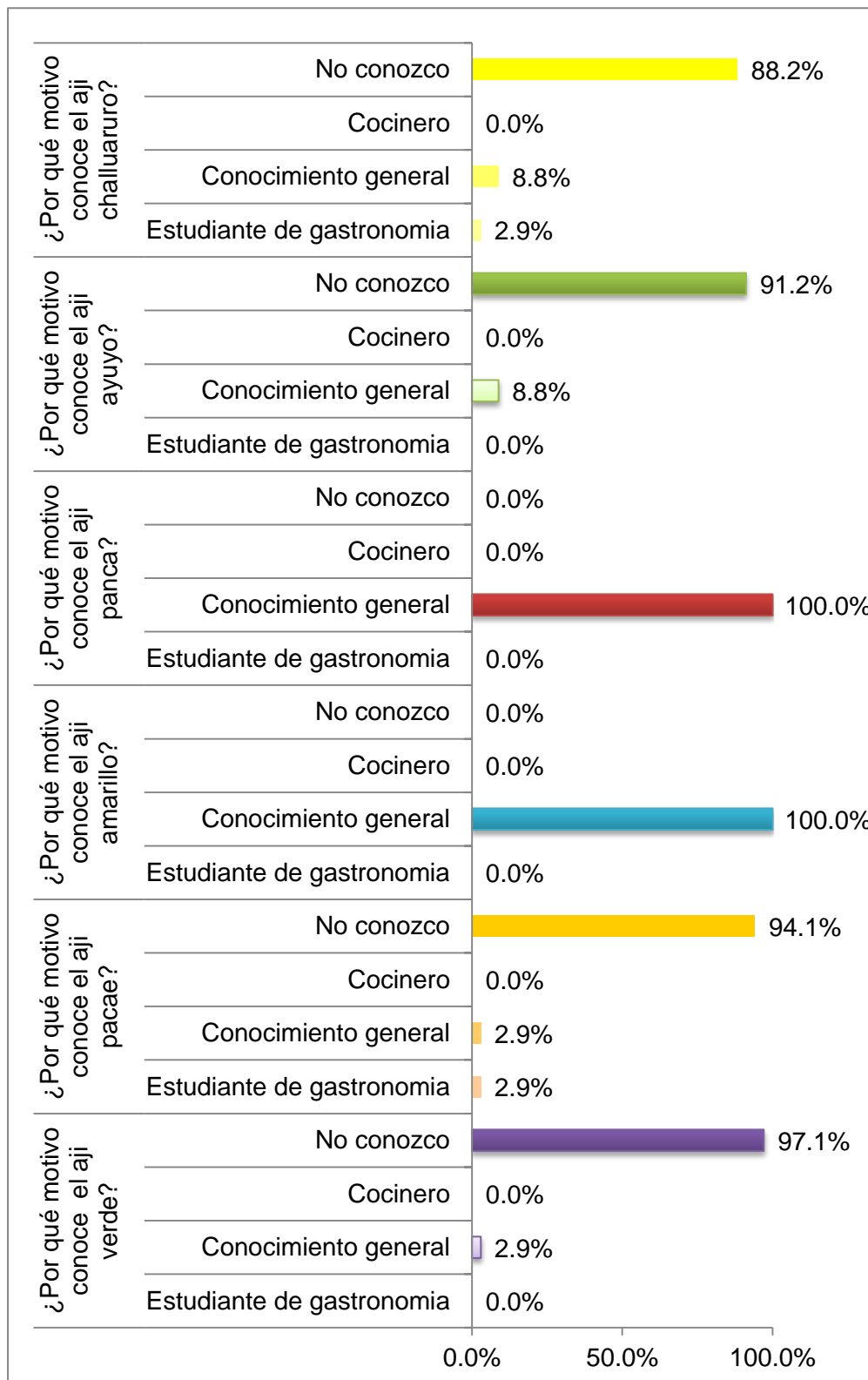
Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador

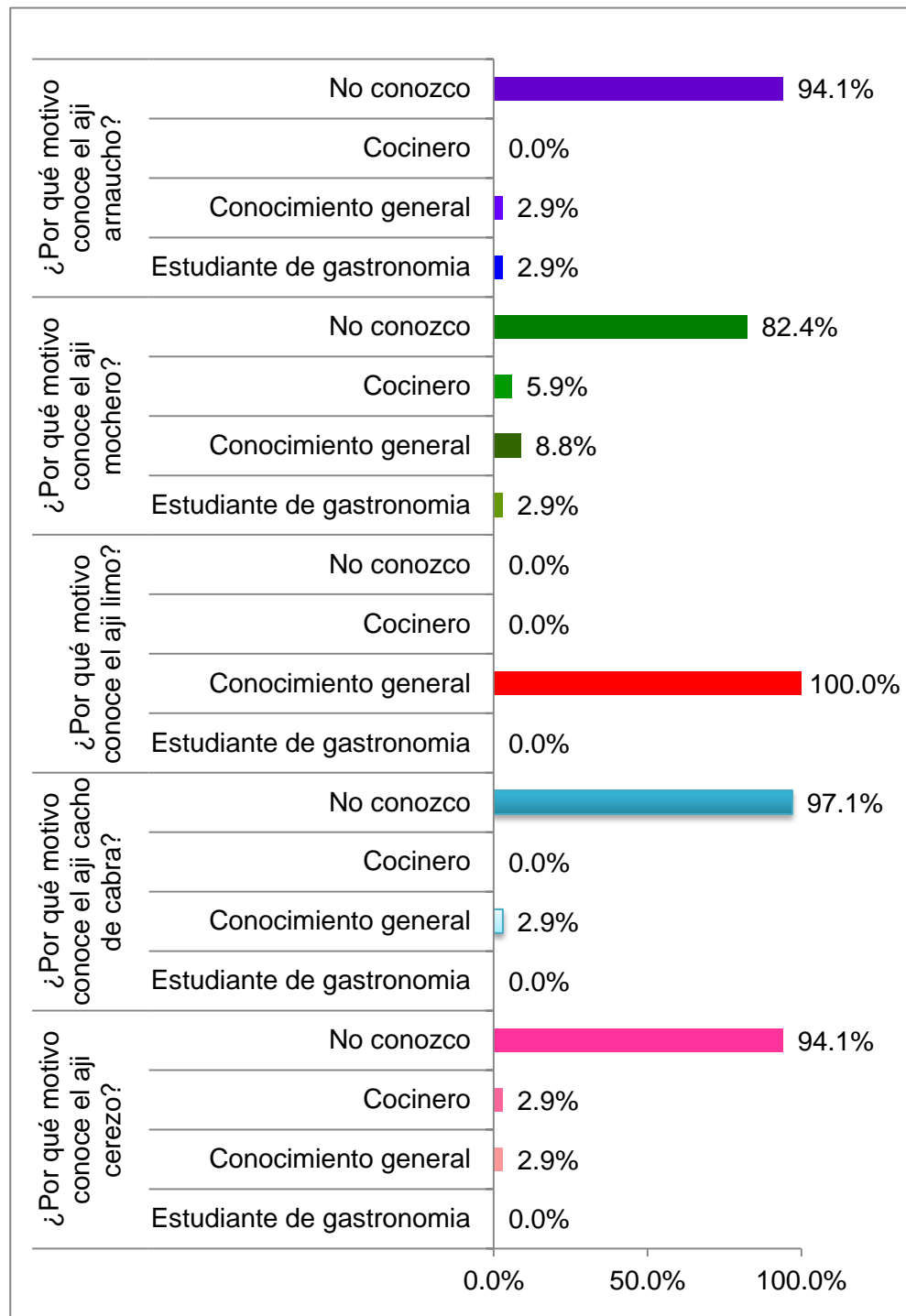
En la **tabla N° 79** representa el motivo por el que conoce el comprador las variedades de ajíes; se indicó que conocen el ají amarillo, ají limo, ají panca, rocoto, rocoto de la selva central, rocoto de la huerta por conocimiento general. Las otras variedades de ajíes nativos los compradores en su mayoría indicaron que no conocen; sin embargo los pocos compradores que conocían algunas variedades de esos ajíes nativos (cerezo, cacho de cabra, mochero, arnaucho, verde, paca, ayuyo, challuaruro, charapita, dulce, malagueta, pucunucho, pipi de mono y rocoto de la huerta) se debían a que procedían de la zona en donde se utiliza esos ajíes, porque eran estudiantes de gastronomía y cocineros. En la **gráfica N° 55** se representa los resultados en porcentajes

GRÁFICO N° 55

¿USTED POR QUÉ MOTIVO CONOCE LOS SIGUIENTES AJÍ?







Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador

PREGUNTA N° 9: ¿POR QUÉ RAZÓN NO CONSUME ESAS VARIEDADES DE AJÍES?

TABLA N° 80

		Recuento	% del N de columna
¿Por qué razón no consume el aji cerezo?	Escases	2	5.9%
	Falta de conocimiento	32	94.1%
	Precios altos	0	0.0%
	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
¿Por qué razón no consume el aji cacho de cabra?	Escases	1	2.9%
	Falta de conocimiento	33	97.1%
	Precios altos	0	0.0%
	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
¿Por qué razón no consume el aji mochero?	Escases	6	17.6%
	Falta de conocimiento	28	82.4%
	Precios altos	0	0.0%
	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%

¿Por qué razón no consume el aji arnaucho?	Escases	2	5.9%
	Falta de conocimiento	32	94.1%
	Precios altos	0	0.0%
	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
¿Por qué razón no consume el aji verde?	Escases	1	2.9%
	Falta de conocimiento	33	97.1%
	Precios altos	0	0.0%
	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
¿Por qué razón no consume el aji paca?	Escases	3	8.8%
	Falta de conocimiento	31	91.2%
	Precios altos	0	0.0%
	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
¿Por qué razón no consume el aji ayuyo?	Escases	3	8.8%
	Falta de conocimiento	31	91.2%
	Precios altos	0	0.0%
	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
¿Por qué razón no consume el aji challuaruro?	Escases	4	11.8%
	Falta de conocimiento	30	88.2%
	Precios altos	0	0.0%
	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%

¿Por qué razón no consume el aji charapita?	Escases	12	35.3%
	Falta de conocimiento	22	64.7%
	Precios altos	0	0.0%
	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
¿Por qué razón no consume el aji dulce?	Escases	3	8.8%
	Falta de conocimiento	31	91.2%
	Precios altos	0	0.0%
	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
¿Por qué razón no consume el aji pucunucho?	Escases	1	2.9%
	Falta de conocimiento	33	97.1%
	Precios altos	0	0.0%
	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
¿Por qué razón no consume el aji malagueta?	Escases	3	8.8%
	Falta de conocimiento	31	91.2%
	Precios altos	0	0.0%
	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%
¿Por qué razón no consume el rocoto de la huerta?	Escases	14	41.2%
	Falta de conocimiento	20	58.8%
	Precios altos	0	0.0%
	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%

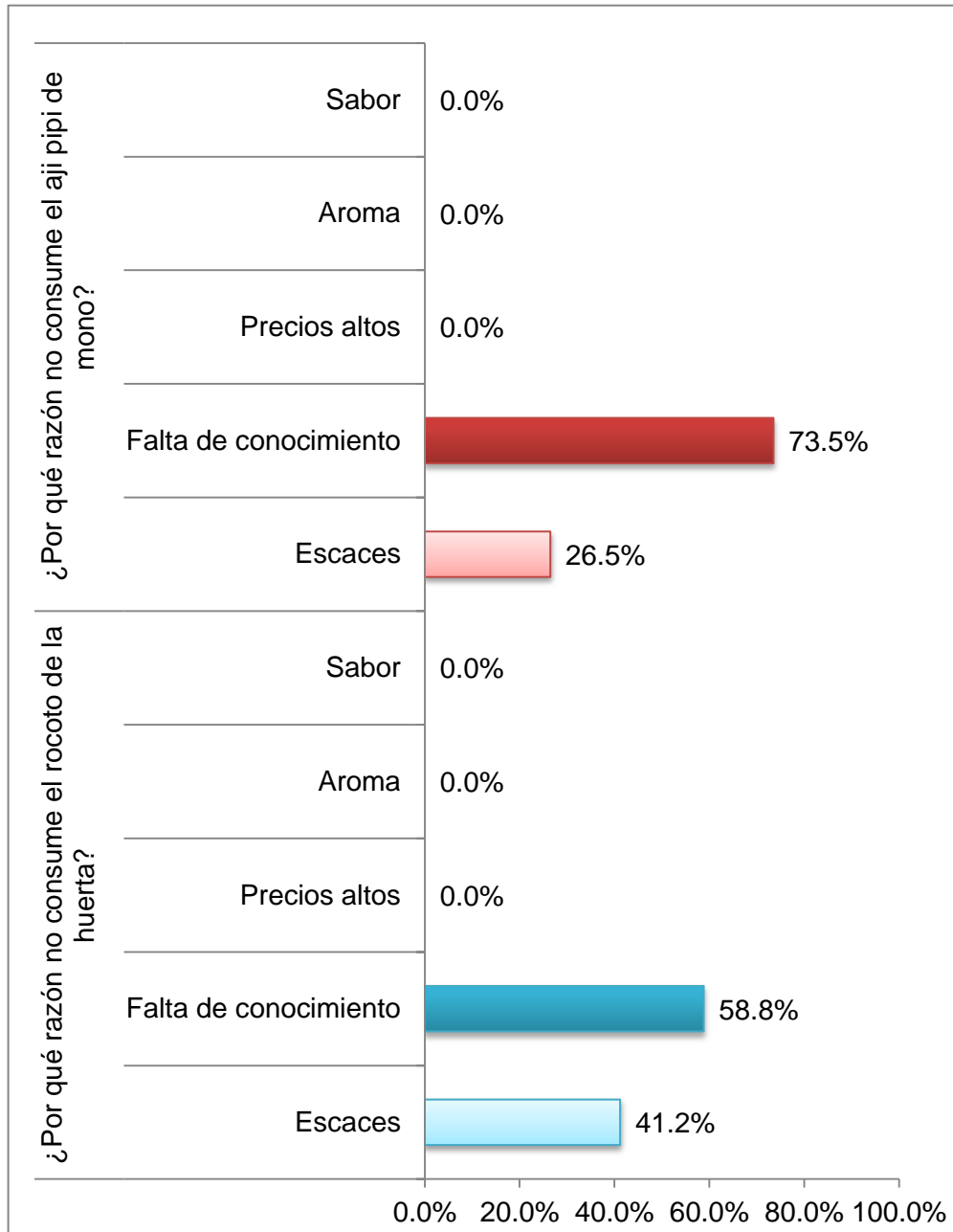
¿Por qué razón no consume el aji pipi de mono?	Escases	9	26.5%
	Falta de conocimiento	25	73.5%
	Precios altos	0	0.0%
	Aroma	0	0.0%
	Sabor	0	0.0%

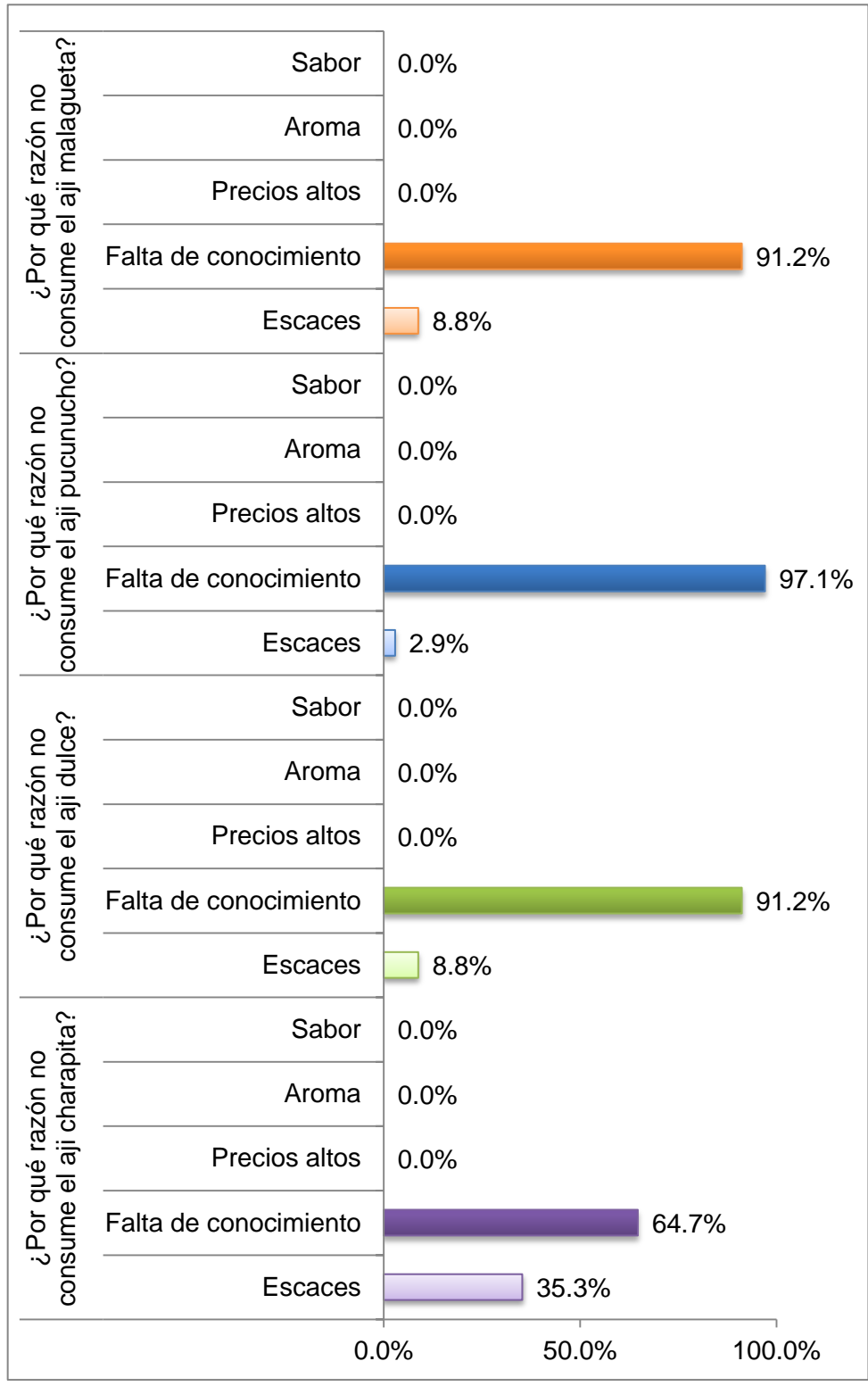
Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador

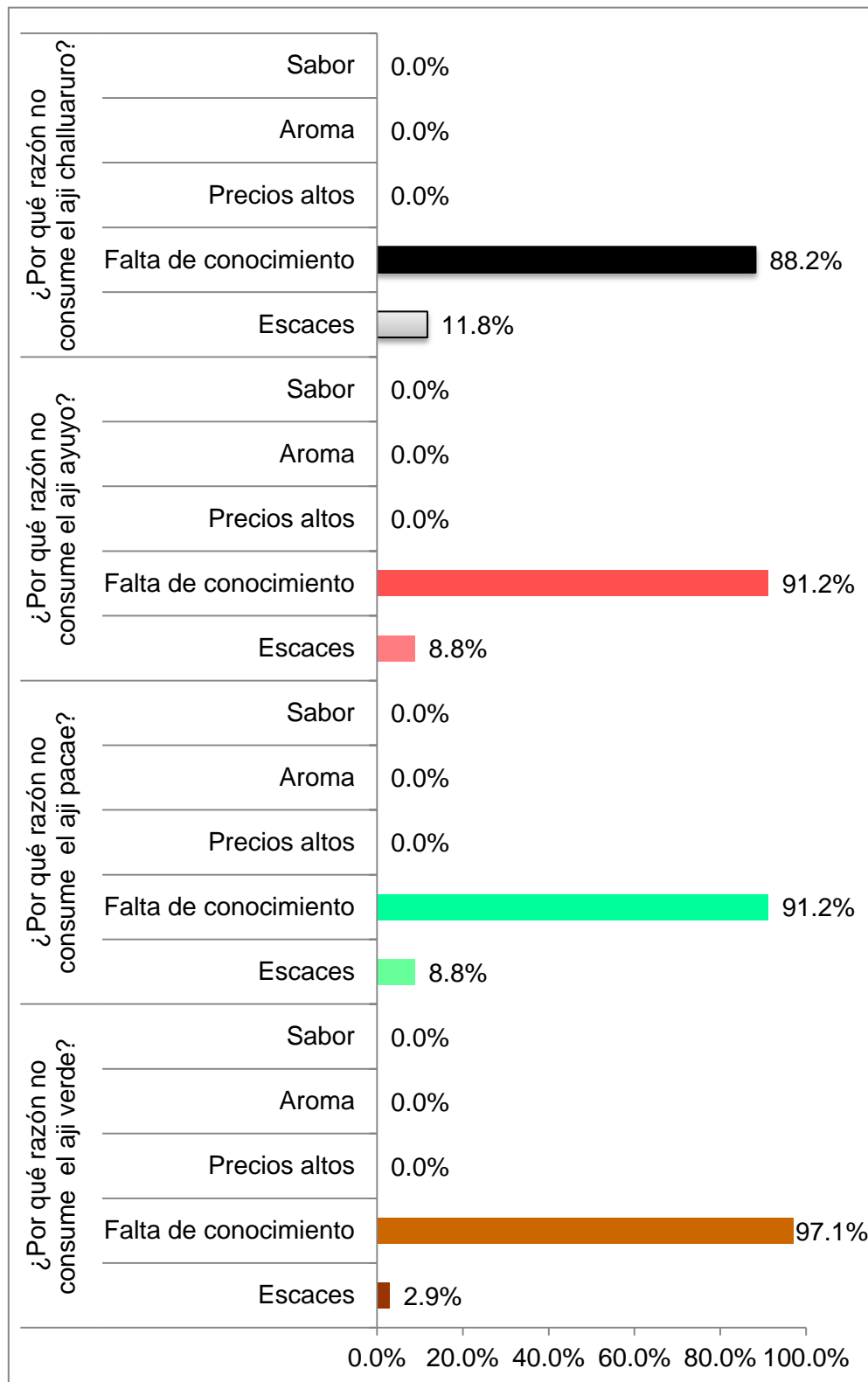
En la **tabla N° 80** representa la razón porque los compradores no consume las variedades de ajíes cerezo, mochero, cacho de cabra, pipi de mono, arnaucho, ayuclo, malagueta, pucunucho, paca, challuaruro y el charapita por la falta de desconocimiento en su mayoría; y el porcentaje mínimo que tiene conocimiento no consume esas variedades de ajíes debido a la escases. En la **gráfica N° 56** se representa los resultados en porcentajes

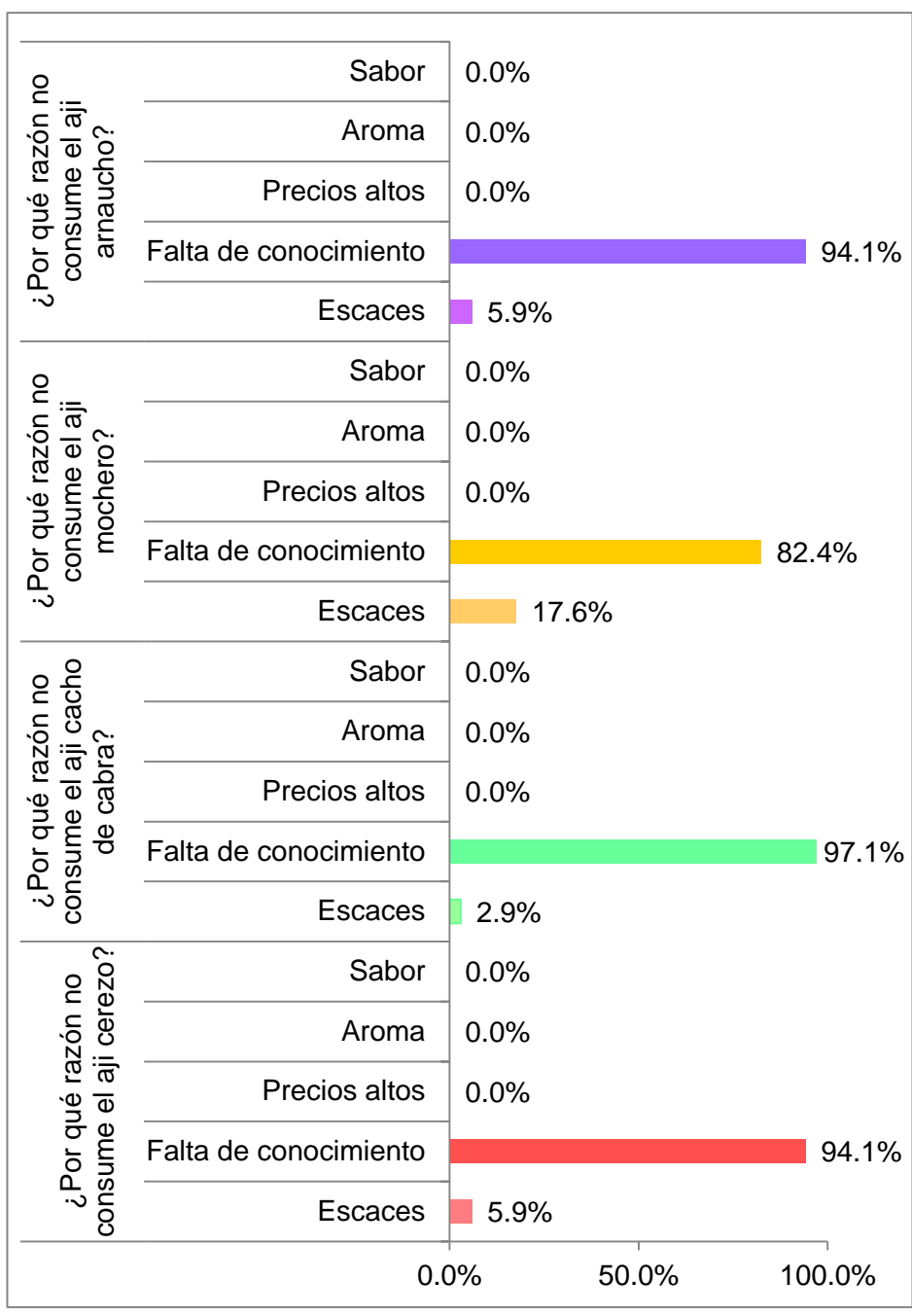
GRÁFICO N° 56

¿POR QUÉ RAZÓN NO CONSUME ESAS VARIEDADES DE AJÍES?









Fuente: elaboración propia basada en el cuestionario 2 del comprador

CONCLUSIONES

1. Los factores relacionados al consumo de las variedades de ajíes nativos de la Sierra , Costa y Selva (ají cerezo, mochero, cacho de cabra, pipi de mono, arnaucho, ayuclo, malagueta, pucunucho, pacaе, challuaruro y el charapita) en el Gran Mercado Mayorista de la provincia de Lima, se pudo saber por las encuestas aplicadas a los vendedores y consumidores, que dio como resultado que dichos ajíes no tienen demanda debido al poco conocimiento que tienen los consumidores, y por consiguiente estas variedades no son comercializadas en este mercado.
2. El conocimiento que tienen los vendedores de las variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva (ají cerezo, mochero, cacho de cabra, pipi de mono, arnaucho, ayuclo, malagueta, pucunucho, pacaе, challuaruro y el charapita) en el Gran Mercado Mayorista de la provincia de Lima; se debe a que tienen más de 3 años comercializando ajíes y tienen un mayor conocimiento de ajíes debido a su lugar de origen, pero no todos los vendedores conocen las variedades mencionadas. Y en caso de los compradores se pudo saber que tienen escaso conocimiento de esas variedades, y las pocas personas que tenían conocimiento eran porque eran de la zona de donde procedía el ají, y porque en algunos casos eran cocineros o estudiantes de gastronomía.

3. La utilización de las variedades de ajíes nativos de la Sierra , Costa y Selva (ají cerezo, mochero, cacho de cabra, pipi de mono, arnaucho, ayuclo, malagueta, pucunucho, paca, challuaruro y el charapita) son utilizados por las pocas personas que conocen estas variedades en la gastronomía regional como seviche, salsas, shambar,etc. En general la utilización de estas variedades son pocas ya que las personas que no conocen estas variedades no saben cómo emplearlas.

4. La demanda de las variedades de ajíes nativos de la Sierra , Costa y Selva (ají cerezo, mochero, cacho de cabra, pipi de mono, arnaucho, ayuclo, malagueta, pucunucho, paca, challuaruro y el charapita) en el Gran Mercado Mayorista de la provincia de Lima; es casi nula, ya que algunas personas piden ají charapita, pipi de mono, mochero, pero son solo pocas personas que demandan esos ajíes, lo cual hace que los comerciantes no traigan esas variedades ya que les ocasionan pérdidas. Y por consiguiente la oferta de los ajíes nativos de la Sierra , Costa y Selva (ají cerezo, mochero, cacho de cabra, pipi de mono, arnaucho, ayuclo, malagueta, pucunucho, paca, challuaruro y el charapita) en el Gran Mercado Mayorista de la provincia de Lima no existe ya que solo se encuentra en este mercado el ají limo, rocoto de la Selva Central, rocoto, rocoto de la huerta, ají amarillo, ají panca y ajíes secos que son comercializados y demandados de manera muy alta.

5. Los consumidores en su mayoría no prefieren el ají cerezo, mochero, cacho de cabra, pipi de mono, arnaucho, ayuclo, malagueta, pucunucho, paca, challuaruro y el charapita ya que no tienen conocimiento de estas variedades y además estas variedades no son comercializadas en el Gran mercado mayorista de Lima; además los consumidores que indicaron que conocían algunas variedades, comentaron que no encuentran las variedades de ajíes en

otros mercados de Lima, solo pueden conseguir esas variedades por pedido y por intermedio de un familiar que viva en el lugar en donde se utiliza ese ají.

RECOMENDACIONES

1. Se debe realizar un plan de revalorización de los ajíes nativos del Perú, que debe contar con el apoyo en la primera fase del ministerio de agricultura, del MINCETUR y de las municipalidades de los diferentes distritos de Lima; que deben trabajar en conjunto con los comerciantes de ajíes de los diferentes mercados de Lima, pero poniendo más énfasis en los mercados, mayoristas ya que son estos los que distribuyen a los demás mercados de Lima. En esta fase se debe realizar charlas, ferias, talleres de gastronomía regional accesible para todas las personas que vayan a los mercados. En la segunda fase se debe realizar las mismas ferias y talleres pero en los parques y plazuelas reconocidas de cada distrito, en donde se debe solicitar apoyo de los medios de comunicación, como los canales de televisión que deben apoyar para la propaganda de estas ferias, talleres que involucran el conocimiento de las diferentes variedades de ajíes nativos y la utilización de estos ajíes. En la tercera fase se debe contar con el apoyo de APEGA que es la asociación peruana de gastronomía que debe promover entre sus diferentes miembros la utilización de los ajíes nativos en los restaurantes de Lima, para que así las personas puedan conocerlos y crear una demanda de los ajíes.
2. El ministerio de agricultura debe dar charlas informativas a los comerciantes de ajíes en los mercados para que se puedan informar, y también darles facilidades para contactar a los agricultores que producen estos ajíes nativos; para que puedan trabajar de manera conjunta.

Esta labor debe ir apoyada de ferias dirigidas a los consumidores para que ellos se puedan informar y pueda existir un interés por estas variedades de ajíes.

3. El Ministerio de comercio exterior y turismo debe informar a las personas de las formas en que se puede utilizar diferentes variedades de ajíes, a través de una feria en los mercados de Lima, con apoyo de las municipalidades de cada distrito, en el que se debe hacer talleres de gastronomía regional en donde se utilice las variedades de ajíes. Y además en esta feria se debe hacer degustar comida regional en donde se utilice estos tipos de ajíes, para las personas que no puedan asistir a los talleres.

4. Los dirigentes de los mercados unidos con los comerciantes de ajíes, la municipalidad y el ministerio de agricultura deben promover la comercialización de ajíes, a través de una feria agrónoma dentro del mercado todos los fines de semana en donde se muestre a los compradores que existen otras variedades, y en donde se promueva el comercio, y así se pueda realizar una labor que beneficie a los comerciantes, agricultores; y de esta manera revalorizar la gran variedad de ajíes que existen en el Perú y promocionarlas en nuestra gastronomía.

5. El ministerio de agricultura en conjunto con los comerciantes de los mercados deben trabajar de manera conjunta organizándose en traer variedades de ajíes de las diferentes regiones del Perú e introducirlas poco a poco en los mercados a través de ferias mencionadas anteriormente como primer paso, y como segundo paso comenzar a traer de manera más regular estas variedades. Ya que en este momento se debe conseguir el apoyo del MINCETUR y de APEGA para que promuevan el uso en los restaurantes de

Lima y sea este un modo de introducción y las personas puedan conocerlo de manera más masiva y por consiguiente puedan preferir estas variedades.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- **Tesis : El ají y las culturas alimentarias andinas**

Autor: Diego Emilio Fernández

Universidad: Pontificia Universidad Católica del Perú

Año: 2013

- **Tesis: Estudio de mercado de variedades subutilizadas de ajíes nativos (capsicum spp) en el Perú dentro del marco del proyecto internacional financiado por la cooperación alemana**

Autor: García Yi Alicia Isabel

Universidad: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – UPC. Escuela de Postgrado.

Año: 2011

- **Libro: El puto de ají**

Edición: Primera edición Lima, agosto de 2012

Autor: Programa de Hortalizas, UNALM

- **Libro: Ajíes Peruanos, sazón para el mundo**

Autor: Obra colectiva de una plataforma de instituciones integrada por la Sociedad Peruana de Gastronomía, el Programa de Hortalizas de la Universidad Nacional Agraria La Molina, el Instituto Nacional de Innovación Agraria y el Instituto de Investigaciones en Hotelería y Turismo de la Universidad de San Martín de Porres. La obra contó con un subsidio del Ministerio de Agricultura y el apoyo de Promperú.

- **Libro: Guía de oportunidades en el mercado para los ajíes nativos en el Perú /**

Autor: Jäger, Alejandra Jiménez, Karen Amaya

Año: 2013

- **Real academia española**

- **<http://deconceptos.com/ciencias-naturales/sabor#ixzz3ZqbWvNbC>**

- **<http://metode.cat/es/Revistas/Monografics/El-que-mengem/La-textura-dels-aliments-un-complement-al-sabor>**

- **<http://www.deperu.com/abc/productos-bandera/161/el-ceviche>**

- **<http://www.historiacocina.com/paises/articulos/peru/cebiche.html>**

- <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/11/tipos-de-investigacion-segun-ander-egg.html>
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lii/granados_m_d/capitulo6.pdf
- <http://metodologia02.blogspot.com/>
- http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html
- http://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/bachillerato/documentos/LEC7.2.pdf

ANEXO 1
MATRIZ DE CONSISTENCIA

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	MARCO TEÓRICO	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES			
					VARIABLES	INDICADORES	ESCALA	METODOLOGÍA
“VARIEDADES DE AJÍES DE LA SIERRA, COSTA Y SELVA Y FACTORES RELACIONADOS A SU CONSUMO EN EL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA, DE LA PROVINCIA DE LIMA, 2015”	Formulación de problema Principal ¿Cuáles son los factores relacionados al consumo de variedades de ajíes nativos de Sierra Costa, Selva en el Gran Mercado Mayorista de Lima, 2015?	Objetivo general Determinar los factores relacionados al consumo de variedades de ajíes nativos de Sierra, Costa y Selva en el Gran Mercado Mayorista de Lima, 2015.	Antecedentes Tesis Bases teóricas <ul style="list-style-type: none"> • Ají • Historia del ají en el Perú • Ají milenario • El ají en el tiempo • El ají de los incas • <i>En la Colonia</i> • <i>El ají del futuro</i> • Las regiones del ají • Variedades de ajíes en el Perú • Estructura del mercado nacional de ajíes nativos y productos procesados 	Hipótesis general Los factores relacionados al bajo consumo de ajíes nativos el Gran Mercado Mayorista de Lima; es la escasa demanda, debido al desconocimiento de las variedades de ajíes.	Variable independiente: Variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia o ausencia de información según región de procedencia. • Adecuación. • Transformación. • Presencia en la gastronomía peruana. • Tipos de preparación. 	Nominal	TIPO: Investigación de Enfoque cuantitativo Descriptivo transversal NIVEL: <ul style="list-style-type: none"> • Descriptivo • Correlacional DISEÑO: No experimental de tipo explicativo
	Formulación de problemas Secundarios <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el nivel de conocimiento de las variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva en el gran mercado mayorista de 	Objetivos Específicos <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar el nivel de conocimiento de las variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva en el Gran mercado 	Hipótesis específicas <ul style="list-style-type: none"> • El nivel de conocimiento de los compradores sobre las variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva es baja en el Gran mercado 	Variable dependiente: Factores Relacionados a su consumo en el mercado Mayorista				

	<p>Lima?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tipo de utilización tienen las variedades de ajíes nativos en la gastronomía? • ¿Cómo es el nivel de comercialización de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva en el gran mercado mayorista de Lima? • ¿Cuál es la preferencia del consumidor de ajíes nativos en el gran mercado mayorista de Lima? 	<p>mayorista de Lima.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar la utilización de las variedades de ajíes nativos en la gastronomía. • Determinar el nivel de comercialización de los ajíes de la Costa, Selva y Sierra en el Gran mercado mayorista de Lima. • Determinar las preferencias del consumidor de ajíes nativos en el Gran mercado mayorista de Lima. 	<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades para los ajíes nativos peruanos en el mercado nacional • Preferencias, atributos de valor y disponibilidad a pagar - Consumidores nacionales • Consumo actual de ajíes nativos • Motivaciones que limitan el consumo de variedades sub-utilizadas en Lima Moderna <p>Definición de términos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ají • Variedades • Comercialización • Mercado consumo • Factores • Abastecimiento • mayorista 	<p>mayorista de Lima.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El tipo de utilización de las variedades de ajíes nativos es baja en la gastronomía de Lima. • El nivel de comercialización de las variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva es baja en el Gran mercado mayorista de Lima. • Existe baja preferencia del consumidor por las variedades de ajíes nativos de la Sierra, Costa y Selva en el Gran mercado mayorista de Lima. 		<p>variedad</p>		<p>34 compradores de ajíes del mercado Mayorista de Lima.</p> <p>MUESTREO: No probabilístico, por conveniencia</p> <p>TECNICA: Encuesta</p> <p>INSTRUMENTO: Cuestionario con preguntas cerradas potitómicas.</p>
--	--	--	---	---	--	-----------------	--	---

ANEXO 2
ENCUESTA

MODELO DE ENCUESTA



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA**

CUESTIONARIO 1

Estimado(a) vendedor(a):

La presente encuesta busca establecer variedades de ajíes de la Sierra, Costa y Selva y factores relacionados a su consumo en el mercado mayorista de la provincia de Lima.

**¡NO EXISTE RESPUESTA CORRECTA O INCORRECTA, SOLO
EXHORTAMOS A LA VERACIDAD DE LOS DATOS VERTIDOS EN EL
CUESTIONARIO!**

**DIMENSIONES: GRADO DE DIFUSIÓN O DE CONOCIMIENTO DE LAS
VARIEDADES DE AJÍES NATIVOS DE LA SIERRA, COSTA Y
SELVA**

1. Características de procedencia: ¿De dónde procede usted?

Costa

Sierra

Selva

2. ¿Qué tiempo tiene de comercializar ajíes?

Meses

De 1 año a 3 años

Más de 3 años

3. ¿Qué variedades de ajíes conoce?

VARIETADES DE AJÍES	SI (1)	NO (2)
Ají cerzo		
Ají cacho de cabra		
Ají limo		
Ají mochero		
Ají arnaucho		
Ají verde		
Ají paca		
Ají amarillo		
Ají panca		
Ají ayuyo		
Ají challuaruro		
Ají charapita		
Ají dulce		
Ají pucunucho		
Ají malagueta		
Rocoto		
Rocoto de huerta		
Rocoto de la selva central		
Ají pipi de mono		

4. ¿Tiene problema de abastecimiento en los siguientes ajíes?

Variedades de ajíes	Transporte (1)	Precios altos (2)	Estacionalidad (3)	Perecibilidad (4)	Ningún problema (5)	No existe demanda (6)
Ají cerzo						
Ají cacho de cabra						
Ají limo						
Ají mochero						
Ají arnaucho						
Ají verde						
Ají paca						

Ají amarillo						
Ají panca						
Ají ayuyo						
Ají challuaruro						
Ají charapita						
Ají dulce						
Ají pucunucho						
Ají malagueta						
Rocoto						
Rocoto de huerta						
Rocoto de la selva central						
Ají pipi de mono						

DIMENSIONES: UTILIZACIÓN DEL TIPO O VARIEDAD DE AJÍ EN PREPARACIÓN DE PLATOS

5. ¿Sus clientes le manifiestan la finalidad de la compra?

() SI

() NO

- De ser (SI) para que tipo de preparación lo utilizan:

Variedades de ajíes	Salsas (1)	Platos calientes (2)	Platos fríos (3)	No utilizan (4)
Ají cerzo				
Ají cacho de cabra				
Ají limo				
Ají mochero				
Ají arnaucho				
Ají verde				
Ají paca				
Ají amarillo				
Ají panca				
Ají ayuyo				
Ají challuaruro				
Ají charapita				
Ají dulce				
Ají pucunucho				

Ají malagueta				
Rocoto				
Rocoto de huerta				
Rocoto de la selva central				
Ají pipi de mono				

6. ¿Sabe usted porque prefieren esas variedades de ajíes?

() SI

() NO

- Si es **(SI)** ¿Por qué?

Variedades de ajíes	Aroma (1)	Sabor (2)	Precio bajo (3)	No opinan (4)
Ají cerzo				
Ají cacho de cabra				
Ají limo				
Ají mochero				
Ají arnaucho				
Ají verde				
Ají paca				
Ají amarillo				
Ají panca				
Ají ayuyo				
Ají challuaruro				
Ají charapita				
Ají dulce				
Ají pucunucho				
Ají malagueta				
Rocoto				
Rocoto de huerta				
Rocoto de la selva central				
Ají pipi de mono				

DIMENSIONES: COMERCIALIZACIÓN

7. ¿Qué tipos de ajíes le llega?

Variedades de ajíes	Siempre (1)	Casi siempre (2)	Algunas veces (3)	Casi nunca (4)	Nunca (5)
Ají cerzo					
Ají cacho de cabra					
Ají limo					
Ají mochero					
Ají arnaucho					
Ají verde					
Ají paca					
Ají amarillo					
Ají panca					
Ají ayuyo					
Ají challuaruro					
Ají charapita					
Ají dulce					
Ají pucunucho					
Ají malagueta					
Rocoto					
Rocoto de huerta					
Rocoto de la selva central					
Ají pipi de mono					

8. ¿Existe demanda de los siguientes ajíes?

Variedades de ajíes	Siempre (1)	Casi siempre (2)	Algunas veces (3)	Casi nunca (4)	Nunca (5)
Ají cerzo					
Ají cacho de cabra					
Ají limo					
Ají mochero					
Ají arnaucho					
Ají verde					
Ají paca					

Ají amarillo					
Ají panca					
Ají ayuyo					
Ají challuaruro					
Ají charapita					
Ají dulce					
Ají pucunucho					
Ají malagueta					
Rocoto					
Rocoto de huerta					
Rocoto de la selva central					
Ají pipi de mono					

9. ¿En qué mes le llega los siguientes ajíes?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Ají cerezo															
Ají cacho de cabra															
Ají limo															
Ají mochero															
Ají arnaucho															
Ají verde															
Ají pacaé															
Ají amarillo															
Ají panca															
Ají ayuyo															
Ají challuaruro															
Ají charapita															
Ají dulce															
Ají pucunuch o															

Ají malagueta															
Rocoto															
Rocoto de huerta															
Rocoto de la selva central															
Ají pipi de mono															

- (1)ENERO, (2)FEBRERO, (3)MARZO, (4)ABRIL, (5)MAYO, (6)JUNIO, (7)JULIO, (8)AGOSTO, (9)SETIEMBRE, (10)OCTUBRE, (11)NOVIEMBRE, (12)DICIEMBRE, (13)TODOS LOS MESES, (14)NO SE SABE, (15)NUNCA.

10. ¿Cuál variedad de ajíes es más escasa?

	SI (1)	Por temporada (2)	No (3)
Ají cerzo			
Ají cacho de cabra			
Ají limo			
Ají mochero			
Ají arnaucho			
Ají verde			
Ají paca			
Ají amarillo			
Ají panca			
Ají ayuyo			
Ají challuaruro			
Ají charapita			
Ají dulce			
Ají pucunucho			
Ají malagueta			
Rocoto			
Rocoto de huerta			
Rocoto de la selva central			
Ají pipi de mono			

11. ¿Qué variedad de ajíes comercializa mayormente?

Variedades de ajíes	Siempre (1)	Casi siempre (2)	Alguna s veces (3)	Casi nunca (4)	Nun ca (5)
Ají cerzo					
Ají cacho de cabra					
Ají limo					
Ají mochero					
Ají arnaucho					
Ají verde					
Ají pacae					
Ají amarillo					
Ají panca					
Ají ayuyo					
Ají challuaruro					
Ají charapita					
Ají dulce					
Ají pucunucho					
Ají malagueta					
Rocoto					
Rocoto de huerta					
Rocoto de la selva central					
Ají pipi de mono					

12. ¿En qué época del año las ventas de ajíes crece?

(1) Verano (2) Otoño (3) Primavera (4) Invierno

MODELO DE ENCUESTA



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA

CUESTIONARIO 2

Estimado(a) consumidor(a):

La presente encuesta busca establecer variedades de ajíes de la Sierra, Costa y Selva y factores relacionados a su consumo en el mercado mayorista de la provincia de Lima.

¡NO EXISTE RESPUESTA CORRECTA O INCORRECTA, SOLO EXHORTAMOS A LA VERACIDAD DE LOS DATOS VERTIDOS EN EL CUESTIONARIO!

DIMENSIONES: GRADO DE DIFUSIÓN O DE CONOCIMIENTO DE LAS VARIETADES DE AJÍES NATIVOS DE LA SIERRA, COSTA Y SELVA

1. Características de procedencia: ¿De dónde procede usted?

Costa

Sierra

Selva

2. ¿Qué variedades de ajíes conoce?

	SI (1)	NO (2)
Ají cerzo		
Ají cacho de cabra		
Ají limo		
Ají mochero		
Ají arnaucho		
Ají verde		
Ají paca		
Ají amarillo		
Ají panca		
Ají ayuyo		
Ají challuaruro		
Ají charapita		
Ají dulce		
Ají pucunucho		
Ají malagueta		
Rocoto		
Rocoto de huerta		
Rocoto de la selva central		
Ají pipi de mono		

3. ¿Tiene problemas para comprar las siguientes ajíes?

Variedades de ajíes	Distribu ción (1)	Precios altos (2)	Estacio nalidad (3)	Perecib ilidad (4)	Ningún proble ma (5)
Ají cerzo					
Ají cacho de cabra					
Ají limo					
Ají mochero					
Ají arnaucho					

Ají verde					
Ají paca					
Ají amarillo					
Ají panca					
Ají ayuyo					
Ají challuaruro					
Ají charapita					
Ají dulce					
Ají pucunucho					
Ají malagueta					
Rocoto					
Rocoto de huerta					
Rocoto de la selva central					
Ají pipi de mono					

DIMENSIONES: UTILIZACIÓN DEL TIPO O VARIEDAD DE AJÍ EN PREPARACIÓN DE PLATOS

4. ¿Para qué tipo de preparación utiliza los siguientes ajíes?

Variedades de ajíes	Salsas (1)	Platos calientes (2)	Platos fríos (3)	Desconocimiento de preparación (4)
Ají cerzo				
Ají cacho de cabra				
Ají limo				
Ají mochero				
Ají arnaucho				
Ají verde				
Ají paca				
Ají amarillo				
Ají panca				
Ají ayuyo				

Ají challuaruro				
Ají charapita				
Ají dulce				
Ají pucunucho				
Ají malagueta				
Rocoto				
Rocoto de huerta				
Rocoto de la selva central				
Ají pipi de mono				

5. ¿Por qué razón prefieren utilizar esas variedades de ajíes en la preparación de platos?

Variedades de ajíes	Aroma (1)	Sabor (2)	Precio bajo (3)	No opinan (4)
Ají cerezo				
Ají cacho de cabra				
Ají limo				
Ají mochero				
Ají arnaucho				
Ají verde				
Ají paca				
Ají amarillo				
Ají panca				
Ají ayuyo				
Ají challuaruro				
Ají charapita				
Ají dulce				
Ají pucunucho				
Ají malagueta				
Rocoto				
Rocoto de huerta				
Rocoto de la selva central				
Ají pipi de mono				

DIMENSIONES: COMERCIALIZACIÓN

6. ¿Qué tipos de ajíes compra?

	Siempre (1)	Casi siempre (2)	Algunas veces (3)	Casi nunca (4)	Nunca (5)
Ají cerzo					
Ají cacho de cabra					
Ají limo					
Ají mochero					
Ají arnaucho					
Ají verde					
Ají paca					
Ají amarillo					
Ají panca					
Ají ayuyo					
Ají challuaruro					
Ají charapita					
Ají dulce					
Ají pucunucho					
Ají malagueta					
Rocoto					
Rocoto de huerta					
Rocoto de la selva central					
Ají pipi de mono					

7. ¿En qué época del año usted compra más ajíes ?

- (1) Verano (2) Primavera (3) Otoño (4) Invierno
(5) Todo el año

DIMENSIONES: PERFIL DEL CONSUMIDOR

8. ¿Usted por qué motivo conoce los siguientes ajíes?

Variedades de ajíes	Estudiante de gastronomía (1)	Conocimiento general (2)	Cocinero (3)
Ají cerezo			
Ají cacho de cabra			
Ají limo			
Ají mochero			
Ají arnaucho			
Ají verde			
Ají paca			
Ají amarillo			
Ají panca			
Ají ayuyo			
Ají challuaruro			
Ají charapita			
Ají dulce			
Ají pucunucho			
Ají malagueta			
Rocoto			
Rocoto de huerta			
Rocoto de la selva central			
Ají pipi de mono			

9. ¿Por qué razón no consume esas variedades de ajíes?

Variedades de ajíes	Escases (1)	Falta de conocimiento (2)	Precios altos (3)	Aroma (4)	Sabor (5)
Ají cerzo					
Ají cacho de cabra					
Ají mochero					
Ají arnaucho					

Ají verde					
Ají pacaé					
Ají ayuyo					
Ají challuaruro					
Ají charapita					
Ají dulce					
Ají pucunucho					
Ají malagueta					
Rocoto de huerta					
Ají pipi de mono					

ANEXO 3
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO



OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE EVALUACION

DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del informante:	Cargo o Institución donde labora:	Nombre del Instrumento de Evaluación:	Autor del Instrumento
Fraga Ramirez Johnny	UAP	Encuesta	Karelina Vsigo Luis

Título de la investigación:

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%				
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado														61							
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades Observables.															76						
3. ACTUALIDAD	Está adecuado A conceptos claros																82					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización Lógica.																	88				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.																85					
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos Cognoscitivos.																81					
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-educativos																	87				
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los indicadores y las Dimensiones.																	90				
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la Investigación.																		92			

OPINION DE APLICACIÓN:

PROMEDIO DE VALORACION:

82.44

Lugar y Fecha	DNI Nº	Firma del experto informante	Teléfono
Micayares 30/10/13	41960444		997018870

PROMEDIO VALOR:



OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE EVALUACION

DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del informante:	Cargo o Institución donde labora:	Nombre del Instrumento de Evaluación:	Autor del Instrumento
CAUDO BOLARIN, Julio	Docente	Encuesta	Karolena Vega Linares

Título de la investigación:

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%				
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100	
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																				62	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades Observables.																80					
3. ACTUALIDAD	Está adecuado A conceptos claros																78					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.																75					
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.																74					
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos Cognoscitivos.																80					
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-educativos																				84	
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los indicadores y las Dimensiones.																75					
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la Investigación.																				77	

OPINION DE APLICACIÓN:

PROMEDIO DE VALORACION:

78.33

Lugar y Fecha	DNI Nº	Firma del experto informante	Teléfono
Medellin 19/10/15	09872916		997916360

PROMEDIO VALOR:



OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE EVALUACION

DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del informante:	Cargo o Institución donde labora:	Nombre del Instrumento de Evaluación:	Autor del Instrumento
<i>Durán Pizarro, Guillermo</i>	<i>Docente UAP</i>	<i>Encuesta</i>	<i>Karolena Vago Luis</i>

Título de la investigación:

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado												✓								
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades Observables.												✓								
3. ACTUALIDAD	Está adecuado A conceptos claros												✓		66						
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.												60								
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.												✓	62							
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos Cognoscitivos.												✓		68						
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-educativos												✓		70						
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los indicadores y las Dimensiones.												✓		68						
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la Investigación.																				75

OPINION DE APLICACIÓN:

PROMEDIO DE VALORACION:

65.44

Lugar y Fecha	DNI Nº	Firma del experto informante	Teléfono
	<i>08163733</i>	<i>[Firma]</i>	<i>99271832</i>

PROMEDIO VALOR:



OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE EVALUACION

DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del informante:	Cargo o Institución donde labora:	Nombre del instrumento de Evaluación:	Autor del Instrumento
<i>Sicilia Rodríguez Rojas</i>	<i>OCCETA</i>	<i>Encuesta</i>	<i>Karolena Vago Luis</i>

Título de la investigación:

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%			
		05	06	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado	/														72					
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades Observables.	/															78				
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a conceptos claros	/															80				
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización Lógica.	/																84			
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.	/															80				
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos Cognoscitivos.	/															80				
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-educativos	/																85			
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los indicadores y las Dimensiones.	/															72				
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito de la Investigación.	/																85			

OPINION DE APLICACIÓN:

PROMEDIO DE VALORACION:

79.55

Lugar y Fecha	DNI Nº	Firma del experto Informante	Teléfono
<i>Lima 30/10/2015</i>	<i>23985165</i>		<i>2832214</i>

PROMEDIO VALOR:



OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE EVALUACION

DATOS GENERALES

Apellidos y Nombres del informante:	Cargo o Institución donde labora:	Nombre del Instrumento de Evaluación:	Autor del Instrumento
YADIRA CARRO ABELLANOS	Docente UNHSH / ESC. Agraria	Encuesta	Karelina Vega Jairo

Título de la investigación:

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

CRITERIOS	INDICADORES	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%			
		0 5	6 10	11 15	16 20	21 25	26 30	31 35	36 40	41 45	46 50	51 55	56 60	61 65	66 70	71 75	76 80	81 85	86 90	91 95	96 100
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado																			82	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades Observables.																76				
3. ACTUALIDAD	Está adecuado A conceptos claros																			80	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización Lógica.																			85	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.															75					
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos Cognoscitivos.																			80	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-educativos																			81	
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los indicadores y las Dimensiones.																			86	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la Investigación.																			84	

OPINION DE APLICACIÓN:

PROMEDIO DE VALORACION:

81

Lugar y Fecha	DNI N°	Firma del experto informante	Teléfono
	06165930		959-174-260

PROMEDIO VALOR:

ANEXO 4
BASE DE DATOS



Visible: 176 de 176 variables

	catproc	tiempom	varaiona	varaionb	varaionc	varaiond	varaione	varaionf	varaiong	varaionh	varaioni	varaionj	varaionk	varaionl	varaionm	va
1	3	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	
2	3	3	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	
3	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	
4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	
5	1	3	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	
6	3	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	
7	2	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	
8	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	
9	1	3	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	
10	3	3	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	
11	3	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	
12	3	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	
13	1	3	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	
14	1	3	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	
15	2	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	
16	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	
17	2	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	
18	1	3	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	
19	1	3	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	
20	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	
21	3	3	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	
22	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	
23	2	3	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	

Vista de datos

Vista de variables

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	Carcproc	Numérico	8	0	Características ...	{1, Costa}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	VarajiConA	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	VarajiConB	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	VarajiConC	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	VarajiConD	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	VarajiConE	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	VarajiConF	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	VarajiConG	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	VarajiConH	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	VarajiConI	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	VarajiConJ	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	VarajiConK	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	VarajiConL	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	VarajiConM	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	VarajiConN	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	VarajiConÑ	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
17	VarajiConO	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
18	VarajiConP	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
19	VarajiConQ	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
20	VarajiConR	Numérico	8	0	¿Conoce la vari...	{1, Si}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
21	probltrsa	Numérico	8	0	¿Qué problema...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
22	probltrsb	Numérico	8	0	¿Qué problem...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
23	probltrsc	Numérico	8	0	¿Qué problem...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
24	probltrsd	Numérico	8	0	¿Qué problem...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
25	probltrse	Numérico	8	0	¿Qué problem...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
26	probltrsf	Numérico	8	0	¿Qué problema...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
27	probltrsg	Numérico	8	0	¿Qué problema...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
28	probltrsh	Numérico	8	0	¿Qué problema...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
29	probltrsi	Numérico	8	0	¿Qué problema...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
30	probltrsj	Numérico	8	0	¿Qué problema...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
31	probltrsk	Numérico	8	0	¿Qué problema...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
32	probltrsl	Numérico	8	0	¿Qué problema...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
33	probltrsm	Numérico	8	0	¿Qué problema...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
34	probltrsn	Numérico	8	0	¿Qué problema...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
35	probltrsfí	Numérico	8	0	¿Qué problema...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
36	probltrso	Numérico	8	0	¿Qué problema...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
37	probltrsp	Numérico	8	0	¿Qué problema...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
38	probltrsq	Numérico	8	0	¿Qué problema...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
39	probltrsr	Numérico	8	0	¿Qué problema...	{1, Distribuc...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
40	preputlta	Numérico	8	0	¿Para qué tipo ...	{1, Salsas}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
41	preputltb	Numérico	8	0	¿Para qué tipo ...	{1, Salsas}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
42	preputltc	Numérico	8	0	¿Para qué tipo ...	{1, Salsas}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
43	preputltd	Numérico	8	0	¿Para qué tipo ...	{1, Salsas}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
44	preputlte	Numérico	8	0	¿Para qué tipo ...	{1, Salsas}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
45	preputltf	Numérico	8	0	¿Para qué tipo ...	{1, Salsas}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
46	preputltg	Numérico	8	0	¿Para qué tipo ...	{1, Salsas}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
47	preputlth	Numérico	8	0	¿Para qué tipo ...	{1, Salsas}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
48	preputlti	Numérico	8	0	¿Para qué tipo ...	{1, Salsas}...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada

Vista de datos Vista de variables



Visible: 130 de 130 variables

	Carcproc	VarajConA	VarajConB	VarajConC	VarajConD	VarajConE	VarajConF	VarajConG	VarajConH	VarajConI	VarajConJ	VarajConK	VarajConL	VarajConM	VarajConN	VarajConO
1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
3	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2
4	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2
5	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2
6	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
7	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
8	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2
9	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2
10	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
11	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2
12	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2
13	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
14	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1
15	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
16	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
17	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2
18	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2
19	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2
20	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
21	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
22	1	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2
23	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2

Vista de datos Vista de variables

ANEXO 5

FOTOS DE APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

FOTO N° 1

GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 2

ENTRADA DEL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 3

PUERTA DE INGRESO DEL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 4

INGRESO AL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 5

MAPA DE DISTRIBUCION DEL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 6

INGRESO DE COMPRADORES AL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA



Fuente: elaboración propia.

FOTO N° 7

INGRESO DE TRANSPORTE AL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 8

FACHADA DEL PABELLON "A"



Fuente: elaboración propia.

FOTO N° 9

INGRESO AL PABELLON "A"



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 10

SACOS LLENOS DE AJIES



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 11

VENTA DE AJI AMARILLO Y PANCA DESHIDRATADO



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 12

VENTA DE AJI PANCA



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 13

VENDEDOR DE AJI PANCA



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 14

PUESTO DEDICADO A LA VENTA DE AJI AMARILLO



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 15

VENTA POR MAYOR DE AJI AMARILLO



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 16

PUESTO DE AJI AMARILLO DE DIVERSAS CALIDADES



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 17

VENTA DE ROCOTO Y ROCOTO DE LA SELVA CENTRAL



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 18

VENTA DE AJI LIMO



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 19

MUESTRA DE AJI LIMO



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 20

VENTA DE AJI LIMO Y ROCOTO



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 21

PUESTO DE AJI LIMO, ROCOTO, ROCOTO DE LA HUERTA Y ROCOTO DE LA SELVA CENTRAL



Fuente: elaboración propia.

FOTO N° 22

AJI LIMO EN EL GRAN MERCADO MAYORISTA DE LIMA



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 23

VENTA DE AJI LIMO



Fuente: elaboración propia

FOTO N° 24

COMERCIALIZANDO AJI LIMO Y ROCOTO



Fuente: elaboración propia

