



Artículo

Usos etnobotánicos de *Capsicum chinense* Jacq “Ají panca”

*Ethnobotanical uses of *Capsicum chinense* Jacq “Ají panca”*

 Fani Tinitana Imaicela ¹,  Lorena Arellano ²,  Andrea Carolina Rivera Meza ¹

¹ Universidad Técnica Particular de Loja, Loja, Ecuador

² Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ibarra

* Correspondencia: slarellano@pucesi.edu.ec

Recibido: 9 de marzo 2025. Revisado 4 de abril 2025. Aceptado: 9 de abril 2025

Publicado en línea: 14 de abril 2025.

Volumen 4 número 1



Resumen

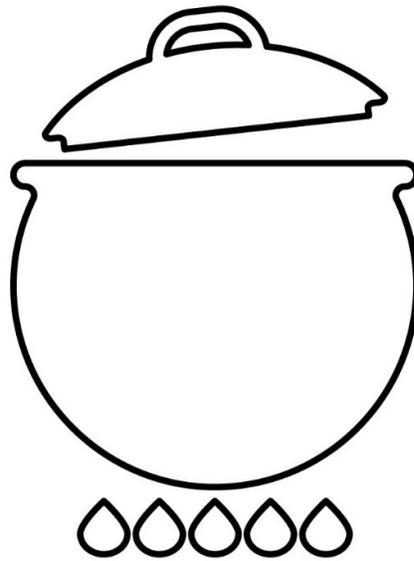
El *Capsicum chinense* Jacq “Ají panca” es una especie de ají con una larga tradición culinaria en Latinoamérica, valorada por su alto contenido de vitaminas A y C, así como por sus aplicaciones en la producción de pesticidas y colorantes naturales. Este estudio tiene como objetivo caracterizar los conocimientos y usos etnobotánicos del ají panca en los mercados de Quito, analizando sus formas de comercialización, aplicaciones gastronómicas y relevancia cultural. Para ello, se realizaron visitas a 55 mercados, aplicando entrevistas semiestructuradas bajo consentimiento libre e informado. Se utilizaron análisis etnobotánicos como el índice de Friedman y el índice cultural para determinar su importancia dentro del contexto local. Los resultados indican que la principal forma de comercialización es en polvo (61.21%), seguida por la venta combinada de fruto y polvo (29.09%) y, en menor medida, solo en fruto (9.70%). El ají panca es empleado mayoritariamente como aliño en la preparación de sopas, salsas y aderezos, consolidándose como un ingrediente esencial en la gastronomía ecuatoriana. Su distribución ocurre principalmente a través de un comercio interno entre comerciantes (69.09%), con un porcentaje menor de abastecimiento desde mercados mayoristas. Los mercados América, San Roque, Tumbaco, Santa Clara y Carapungo concentran el mayor número de vendedores de esta especie. El análisis del Nivel de Fidelidad (FL=88%) evidenció un alto consenso en la denominación de “ají panca”, lo que indica una estabilidad cultural en su nombre y uso. Además, el Índice de Importancia Cultural (IC=2.93) confirma su arraigo en la tradición culinaria de Quito. En este sentido, los mercados populares no solo cumplen una función comercial, sino que también actúan como centros de resguardo y transmisión del conocimiento etnobotánico, reforzando la importancia de conservar estas dinámicas para la preservación del patrimonio gastronómico y medicinal local.

Palabras clave: Ají panca, *Capsicum chinense* Jacq, etnobotánica, comercialización de productos agrícolas.

Abstract

Capsicum chinense Jacq “Ají panca” is a chili pepper species with a long culinary tradition in Latin America, valued for its high content of vitamins A and C, as well as its applications in the production of pesticides and natural dyes. This study aims to characterize the ethnobotanical knowledge and uses of ají panca in Quito's markets, analyzing its commercialization methods, gastronomic applications, and cultural significance. To achieve this, 55 markets were visited, applying semi-structured interviews under free and informed consent. Ethnobotanical analyses such as the Friedman index and cultural index were used to determine its importance within the local context. The results indicate that the primary form of commercialization is in powder (61.21%), followed by a combined sale of fruit and powder (29.09%), and to a lesser extent, fruit only (9.70%). Ají panca is mainly used as a seasoning in the preparation of soups, sauces, and dressings, establishing itself as an essential ingredient in Ecuadorian cuisine. Its distribution occurs mainly through internal trade among merchants (69.09%), with a smaller percentage supplied by wholesale markets. The América, San Roque, Tumbaco, Santa Clara, and Carapungo markets concentrate the largest number of vendors selling this species. The Fidelity Level (FL=88%) analysis revealed a high consensus on the denomination of “ají panca”, indicating cultural stability in its name and use. Additionally, the Cultural Importance Index (IC=2.93) confirms its deep-rooted presence in the culinary tradition of Quito. In this regard, popular markets not only serve a commercial function but also act as centers for the preservation and transmission of ethnobotanical knowledge, reinforcing the importance of maintaining these dynamics for the conservation of local gastronomic and medicinal heritage.

Keywords: Ají panca, *Capsicum chinense* Jacq, ethnobotany, agricultural product commercialization.





Introducción

El *Capsicum chinense* Jacq “Aji panca” es una especie de gran importancia en la gastronomía ecuatoriana, sin embargo, su comercialización, usos etnobotánicos y significancia cultural en los mercados de Quito no han sido completamente documentados. A pesar de su alto consumo, se desconoce con precisión cómo se distribuye dentro de los mercados, qué factores determinan su comercialización, cuáles son los usos específicos que se le atribuyen y cuál es su grado de arraigo en la cultura alimentaria local. Además, la presencia de denominaciones como *aji peruano* sugiere una posible influencia del comercio internacional, lo que plantea interrogantes sobre la procedencia del producto y su impacto en la producción local.

La falta de estudios detallados que aborden estos aspectos limita la comprensión de la dinámica de venta y la preservación del conocimiento tradicional relacionado con esta especie. En base a esta problemática se plantea la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los conocimientos y usos etnobotánicos del *Capsicum chinense* Jacq *Aji panca* en los mercados de la ciudad de Quito, y cómo se estructura su comercialización y significancia cultural dentro de estos espacios?

En términos de uso etnobotánico, el aji panca es empleado mayoritariamente como aliño y adobo, seguido por su uso en salsas y sopas, lo que confirma su relevancia en la gastronomía local. El Índice de Importancia Cultural y el Nivel de Fidelidad indican la importancia cultural de una especie, usos y aplicaciones en el contexto cultural de una localidad, en este caso dentro de la tradición ecuatoriana local. Además, los mercados populares de Quito no solo funcionan como centros de comercialización, sino también

como espacios de transmisión del conocimiento etnobotánico, lo que refuerza su papel en la conservación del patrimonio gastronómico y cultural de la región.

El denominado Aji panca, es una especie de aji, que cuenta con características organolépticas y un alto grado de pungencia o sensación de ardor, gracias a las condiciones de su cultivo que son muy particulares, además del clima, requiere de suelos con alta pedregosidad, poco profundos y, con condiciones de nitrógeno mínimas; suelos de tipo litosol y rendzina (Ramírez et al., 2005).

En América Latina, el aji tiene una gran relevancia cultural y gastronómica. En Ecuador, se ha registrado su uso en la gastronomía ambateña, donde forma parte de preparaciones tradicionales (Araujo, 2022). También ha sido documentado en la dieta cotidiana de las comunidades de la comuna Peniche, en la provincia de Santa Elena (Checa y Fernández, 2017). Los ajíes ecuatorianos, aunque presentan diversidad en sus preparaciones, siguen patrones comunes y están concebidos para armonizar con los alimentos típicos de la región donde se elaboran (González et al., 2022).

Más recientemente, su uso ha trascendido las aplicaciones convencionales, integrándose en innovaciones culinarias como la preparación de postres y mermeladas, lo que ha permitido diversificar sus formas de consumo (Garrido, 2015).

Desde una perspectiva económica, el aji ocupa un lugar destacado en la producción hortícola mundial. Según la FAO, se encuentra entre los cinco cultivos hortícolas más producidos a nivel global. Además de su valor gastronómico, el *Capsicum chinense* Jacq tiene aplicaciones en la producción de pesticidas y colorantes, además de ser una fuente importante de vitaminas

A y C, lo que refuerza su importancia para el consumo humano (Ruíz-Lau et al., 2018).

En el presente estudio se busca caracterizar los conocimientos y usos etnobotánicos de *Capsicum chinense* Jacq “*Ají panca*” (Figura 1) en los mercados de la ciudad de Quito, con el propósito de comprender su importancia dentro del contexto cultural y gastronómico local. Para ello, se propone analizar las prácticas y conocimientos tradicionales asociados a su uso mediante entrevistas semiestructuradas a comerciantes, permitiendo identificar la transmisión del saber etnobotánico en estos espacios. Asimismo, se pretende clasificar los usos de esta especie de acuerdo con su relevancia cultural y gastronómica, aplicando herramientas etnobotánicas como el índice de Friedman y el índice cultural, lo que permitirá cuantificar su valor dentro de la sociedad quiteña. Finalmente, con el fin de entender el impacto económico de su comercialización, se busca evaluar la importancia socioeconómica del comercio de *Capsicum chinense* Jacq “*Ají panca*”, considerando aspectos como sus formas de venta, distribución y consumo. A través de estos objetivos, este trabajo contribuirá a la documentación y valoración del conocimiento tradicional relacionado con esta especie, destacando su rol en la gastronomía y cultura ecuatoriana.

Figura 1

Ají panca seco



Estado del arte

El *Capsicum chinense* Jacq “*Ají panca*” es una especie con gran relevancia en la gastronomía y el comercio en América Latina. Según Acha y Huamán (2023), su uso se ha documentado en la cocina criolla peruana desde el siglo XIX, especialmente en platos tradicionales como los anticuchos. En Ecuador, su comercialización ha sido ampliamente estudiada en mercados urbanos, destacándose su venta en polvo como la forma predominante (61.21%) y su uso principal en la preparación de adobos y salsas. Además, la distribución comercial de la especie en Quito sigue una red de abastecimiento interno entre comerciantes, fenómeno también observado en otros países con fuerte tradición gastronómica basada en ajíes (Acha & Huamán, 2023).



Diversos estudios han abordado la importancia morfológica y genética del *Capsicum chinense*. Medina et al. (2020) analizaron la variabilidad de las semillas y frutos de la especie, destacando diferencias significativas entre cultivares locales y comerciales. En un estudio en México, Huaxcuaulli (2022) evidenció la relevancia del *Capsicum spp.* en la biodiversidad agrícola y su importancia en la innovación culinaria. Estas investigaciones subrayan el papel del *ají panca* no solo como un producto de valor comercial, sino también como un recurso biológico clave para el desarrollo de variedades más resilientes y adaptadas a distintas condiciones edafoclimáticas.

El *Capsicum chinense* también ha sido estudiado por su impacto en la agricultura y la economía. Martín, Vranken y Ugás (2021) analizaron las preferencias de los agricultores en Perú para cultivar variedades tradicionales, incluyendo el *ají panca*. Los hallazgos mostraron que su cultivo sigue siendo rentable en mercados locales debido a su fuerte demanda en la gastronomía regional. De manera similar, un estudio de López Sojos (2022) en Ecuador resaltó el papel del *ají panca* en la cocina fusión, evidenciando su versatilidad como ingrediente en diversas preparaciones y su influencia en la evolución de la gastronomía ecuatoriana contemporánea.

Así mismo, el uso del *Capsicum chinense* como repelente natural ha sido ampliamente documentado en diversas comunidades indígenas de América Latina. Según estudios etnobotánicos, la capsaicina presente en el *ají* actúa como un agente disuasorio contra insectos y plagas, evitando la contaminación de los granos almacenados sin la necesidad de recurrir a pesticidas químicos (Celis et al., 2008). En un estudio más reciente, Medina Vásquez (2020) señala que, en comunidades

rurales de Cajamarca, Perú, se utiliza una técnica similar, en la que el *ají panca* es triturado y esparcido en los depósitos de almacenamiento de productos agrícolas para prolongar su conservación. Esta práctica tradicional no solo refuerza la importancia del *ají* en la alimentación, sino que también demuestra su versatilidad en el manejo agroecológico y la seguridad alimentaria en contextos rurales.

Finalmente, estudios etnobotánicos han demostrado la fuerte identidad cultural asociada al *ají panca*. Según Romero-Viacava et al. (2023), la importancia de esta especie en la dieta peruana y ecuatoriana radica en su presencia constante en mercados locales, donde se mantiene una alta fidelidad en su denominación comercial y su aplicación culinaria. Este fenómeno también ha sido documentado en investigaciones sobre la cocina tradicional andina, donde el *ají panca* se distingue por su color, sabor y propiedades organolépticas específicas (Aguirre-Sosa et al., 2023).

Metodología

Área de estudio

La investigación se realizó en los diferentes mercados y feria libres de la ciudad capital de Quito, al norte de Ecuador, en la provincia de Pichincha (Sánchez, 2015). Quito cuenta con 65 parroquias y un promedio de 3 millones de habitantes, de las cuales 33 son rurales, y 32 son urbanas (EcuadorEc, 2020). Dispone de 28 mercados (Tabla 1) y 27 ferias, distribuidos en tres zonas (Agencia de Coordinación Distrital de Comercio, 2020), en los cuales se realizó la recopilación de datos etnobotánicos a través de entrevistas semiestructuradas, bajo el consentimiento libre e informado, conforme al código de ética vigente en Ecuador (Artículo 57 de la constitución, numeral 7).

Tabla 1*Mercados según la zona de ubicación en la ciudad de Quito*

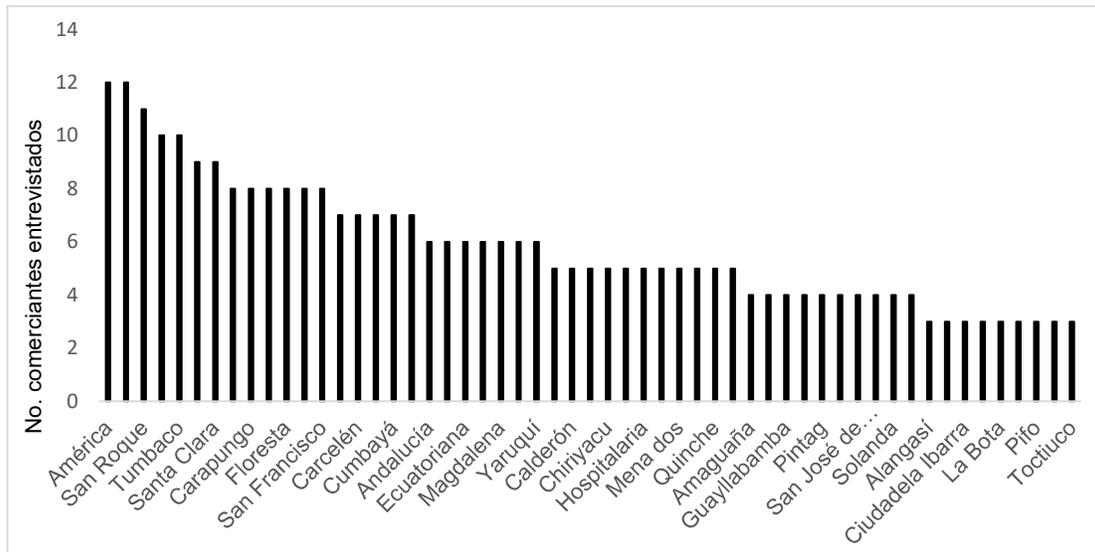
Zona	Mercado
Centro	Santa Clara
	San Roque
	Central
	América
	Toctiuco
	San Francisco
	Arenas
	Conocoto
Norte	Carapungo
	Calderón
	Comité del Pueblo
	Carolina
	Kennedy
	Rumiñahui
	Floresta
	Cotocollao
	Andalucía
	Bellavista
Sur	Calzado
	Michelena
	Solanda
	Chimbacalle
	Chiriyacu
	Magdalena
	Mena Dos
	Caupicho
	Las Cuadras
	Quinche

Recopilación de datos etnobotánicos

Se recogieron datos etnobotánicos de 165 comerciantes diferentes (127 mujeres, 38 hombres) en los diferentes mercados y ferias libres de la ciudad de Quito (Figura 2). La selección de los participantes se basó en su experiencia en la venta y uso de la especie, permitiendo obtener información detallada sobre sus formas de comercialización, aplicaciones gastronómicas y relevancia cultural.

Figura 2

Mercados y número de comerciantes de “Aji panca” en la ciudad de Quito, entrevistados.



Todos los informantes se clasificaron en tres grupos de edad, es decir, de 18 a 30 años (jóvenes), de 31 a 65 años (adultos) y mayores de 65 años (adultos mayores).

La entrevista utilizada abarcó preguntas relativas a nombres comerciales, la(s) parte(s) utilizada(s), ventas, la disponibilidad, como su precio de venta, cantidad comercializada, posibles variedades, cantidad en stock, usos reportados, y canales de comercialización, los modos de preparación y se completó información mediante observación visual, en los lugares en donde se expendía ají, en cantidades menores a un kilogramo. Se registró información personal de los comerciantes, la edad, nivel de formación y género (tabla 2).

Análisis de Datos

La información recogida fue ordenada y depurada, se realizó un análisis etnobotánico, para evaluar de forma cuantitativa de la importancia de esta especie en los mercados locales. Se determinó la importancia

de la especie en los mercados de la ciudad, a través de dos índices:

a) El nivel de fidelidad de Friedman que permite estimar la importancia relativa de la especie a partir del grado de consenso de los vendedores, basado en los nombres comerciales según los usos (Friedman et al., 1986).

b) Se calculó el índice de importancia cultural (IC), propuesto por Tardío y Pardo-de-Santayana (2008), que sirve para identificar las especies de mayor significancia cultural para una determinada comunidad en base a los reportes de uso por especie.

Tabla 2*Características de los participantes en el estudio*

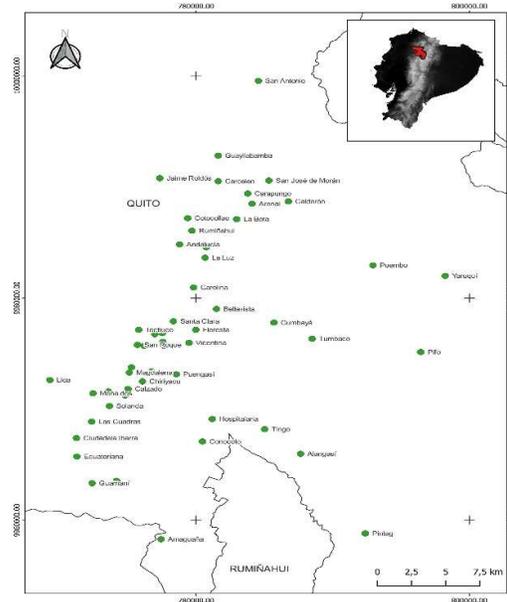
Categoría	Número	Porcentaje
Género		
Femenino	127	76.96
Masculino	38	23.03
Total	165	
Nivel de Educación		
Primaria	76	53.9
Secundaria	89	46.1
Total	165	
Grupo etario		
Jóvenes	27	16.2
Adultos	125	75.5
Adultos mayores	13	8.3
Total	165	100%

Resultados

Mercados dedicados al expendio de “Ají panca” en la ciudad de Quito

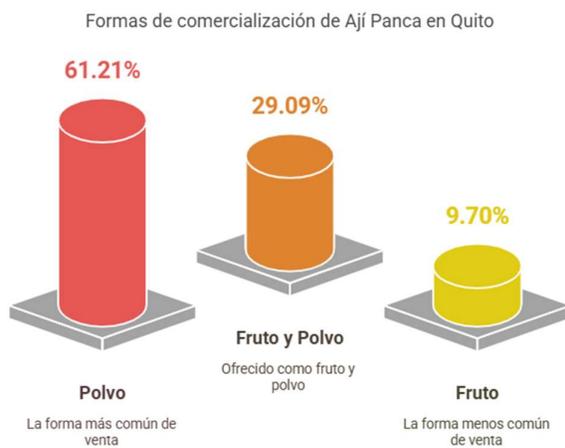
En la ciudad de Quito se comercializa *Ají panca* en 55 mercados y/o ferias libres. En la figura 3, se puede observar la distribución del comercio del ají panca en los diferentes mercados y ferias de la ciudad de Quito.

En la zona norte y centro se registra el mayor número de comerciantes de la especie (12), en el mercado de la Avda. América y la calle San Roque, seguido de los mercados, Tumbaco, Santa Clara y Carapungo, se registraron 11 y 10 informantes respectivamente.

Figura 3*Distribución y venta de “Ají Panca” en los mercados de la ciudad de Quito*

Formas de comercialización del “Ají panca”

En la figura 4 se puede observar que la mayoría de los comerciantes ofertan el Ají panca en “polvo”, esto representa el 61.21%; un 29.09% de comerciantes lo venden en forma de fruto y polvo (Figura 5); finalmente el 9.70% de comerciantes lo venden como fruto.

Figura 4*Formas de comercialización del “Ají panca”*

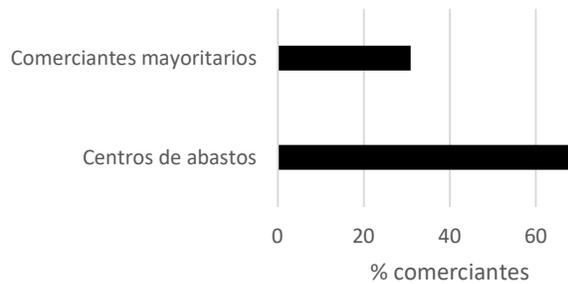
Según Rivera (2022), en la gastronomía ecuatoriana el “polvo de ají” es de gran importancia en la elaboración de recetas y preparaciones tradicionales, como en el encebollado, el cangrejo, y demás caldos tradicionales. El uso del “Ají panca” el “*fruto y polvo*” es la segunda opción más comercializada, y en pocas cantidades se comercializa únicamente el “*fruto*”.

Muchos comerciantes presentan pocas cantidades del producto en stock para la venta. En la mayoría de los mercados (47) se pudo observar que los comerciantes tienen en stock hasta un kilogramo de producto; en 29 mercados se observó hasta dos kilogramos de producto; en 22 mercados se pudo observar 500 gramos, y en 12 mercados se registró en stock hasta tres kilogramos. No se observó el comercio del ají en grandes cantidades, lo máximo que se puede observar en pocos comerciantes fue entre cinco a 10 kilogramos del producto. Esto se debe a que los comerciantes no se dedican a la venta exclusiva de este tipo de productos o especerías, ya que no se consideran como centros de acopio o ventas exclusivas de la especie puesto que se oferta junto con otros productos secos como granos y cereales.

Figura 5*Imagen de ají panca fresco, seco y en polvo*

Lugar de obtención del “Ají panca”

La mayoría de los comerciantes (114), mencionan que el *Ají panca*, lo obtienen de otros comerciantes mayoritarios, es decir el 69.09%, lo consideran como su principal fuente de abastecimiento, es decir, el abastecimiento de este tipo de productos lo realizan entre comerciantes minoritarios y mayoritarios. Mientras que 51 comerciantes (30,91%) obtienen la especie en otros centros de abastos (otros mercados), esto lo realizan con la finalidad de mejorar la capacidad de venta y diversificación de productos como lo muestra la figura 6.

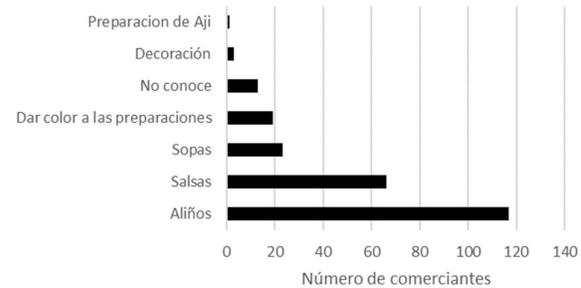
Figura 6*Lugar de obtención del Ají panca*

El comercio del ají se mueve de vendedor en vendedor, y entre mercados. En pocos mercados reconocen la especie por su nombre original; se reconoce o denomina como “*Ají peruano*”, debido a que lo adquieren principalmente de otros comerciantes que les entregan el producto aduciendo que lo traen desde Perú. En los casos de obtener el producto en bodegas y otros centros de abastos, estos comerciantes mayoritarios están ubicados alrededor de los mercados de Santa Clara e Ñaquito, o en el Centro Histórico.

Usos del *Ají Panca*

De acuerdo con los comerciantes se registró seis usos diferentes para la especie (figura 7). La mayoría de ellos (117 comerciantes), mencionan que se vende para usarse en la preparación de *aliño-adobo* para sazonar diferentes alimentos; unos 66 comerciantes mencionan que se emplea para preparar algún tipo de salsa; unos 23 comerciantes mencionan que se emplea en la preparación de sopas; 19 comerciantes mencionan que la especie la emplean para dar color a las comidas; unos pocos (13 comerciantes) desconocen el destino que le dan sus compradores al producto, y el resto mencionan que se utiliza como adornos de centros de mesa en el caso de los frutos o para preparar el conocido “ají casero” en diferentes presentaciones,

según cada usuario lo que determina la importancia de la especie en la cultura gastronómica nacional.

Figura 7*Usos del Ají panca*

Nivel de fidelidad

El análisis del nivel de Fidelidad se realizó en este caso para establecer el consenso entre los comerciantes respecto al nombre comercial en los diferentes mercados de la ciudad de Quito registrándose valores altos FL=66 a 100%, para el nombre comercial denominado “*Ají Panca*”, empleado principalmente para cinco usos en los diferentes los mercados locales como los usos gastronómicos para la preparación de *salsas* y *sopas* y para la preparación de *Aliño*. Lo contrario a estos valores se registra para el denominado “*Ají peruano*” cuyo nivel de fidelidad es inferior, (tabla 3), el mayor FL=100% se registra para la preparación del “ají”, seguido del empleo en decoraciones con un FL=33.0%, esto denota el conocimiento de las diferentes aplicaciones sobre el “*Ají panca*” que se encuentra bien establecido en los mercados locales de la ciudad de Quito.

Tabla 3

Nivel de Fidelidad (FL) en relación al uso y los nombres comerciales en los mercados

Nombres comerciales	Usos	FL
Ají panca	<i>Dar color</i>	100.0
	Sopas	95.7
	Salsas	92.4
	<i>Aliño</i>	88.0
	<i>Decoración</i>	66.7
Ají peruano	Ají	100.0
	Decoración	33.3
	Aliño	12.0

Importancia cultural (IC)

La significancia cultural es relativamente alta, para el “Ají panca” (IC=2,93), ya que esta especie es de uso por tradición en la gastronomía ecuatoriana, por lo tanto, muy conocida en los mercados y ferias libres de la ciudad de Quito, lo que se demuestra en los resultados de este índice, en el cual se considera la importancia de la especie teniendo en cuenta los usos como subcategorías (Tardío y Pardo-de-Santayana, 2008).

Discusión

El presente estudio evidencia que *Capsicum chinense* Jacq “Ají panca” es una especie de gran importancia dentro del comercio y la gastronomía de Quito, particularmente en los mercados populares. Se identificaron 55 mercados en los que se comercializa esta especie, con una mayor concentración en los mercados de América, San Roque, Tumbaco, Santa Clara y Carapungo. Esta distribución sugiere una fuerte demanda

en sectores con una alta actividad comercial y en mercados tradicionales donde el ají panca es considerado un ingrediente esencial en la cocina ecuatoriana. La concentración en estos mercados coincide con lo señalado por Romero-Viacava et al. (2023), quienes encontraron que la comercialización de especies de *Capsicum* en mercados urbanos responde a la demanda establecida por patrones culturales y gastronómicos locales.

En cuanto a la forma de comercialización, el 61.21% de los comerciantes venden ají panca en polvo, mientras que un 29.09% lo ofrece tanto en fruto como en polvo, y solo un 9.70% lo vende exclusivamente en fruto. Este resultado es coherente con investigaciones previas como la de Medina et al. (2020), donde se reportó que la transformación del ají en polvo es una estrategia de conservación y accesibilidad para los consumidores, permitiendo su almacenamiento prolongado sin afectar significativamente su calidad organoléptica. Además, este hallazgo refuerza lo descrito por Acha y Huamán (2023), quienes sostienen que el procesamiento del ají en polvo facilita su incorporación en diversas preparaciones culinarias y mejora su comercialización en mercados urbanos.

El análisis de los usos etnobotánicos indica que el ají panca es empleado predominantemente como aliño y adobo (117 comerciantes), en la preparación de salsas (66 comerciantes) y sopas (23 comerciantes). Asimismo, un grupo menor de comerciantes (19) reportó su uso como colorante alimentario. Estos resultados coinciden con lo señalado por López Sojos (2022), quien destacó que el ají panca no solo es un ingrediente esencial en la gastronomía ecuatoriana, sino que también juega un papel relevante en la elaboración de nuevos productos culinarios, como condimentos y aderezos especializados.

Desde una perspectiva comercial, se evidenció que el abastecimiento de ají panca en los mercados de Quito sigue un patrón interno de distribución, donde el 69.09% de los comerciantes obtiene el producto de otros vendedores dentro del mismo mercado, mientras que el 30.91% lo adquiere de centros de abasto mayoristas. Este tipo de dinámica comercial ha sido documentado en otros mercados latinoamericanos, como lo menciona Martín et al. (2021) en su estudio sobre la preferencia de los agricultores peruanos por variedades de ajíes tradicionales. El comercio interno resalta la importancia de los mercados populares como centros de distribución y resguardo del conocimiento etnobotánico, lo que también ha sido evidenciado en investigaciones de (Tardío y Pardo-de-Santayana, 2008) sobre la preservación de especies de alto valor cultural.

El Nivel de Fidelidad (FL) registrado para el ají panca fue mayor al 60% lo que indica un alto grado de consenso sobre su nombre comercial registrado en los mercados de Quito. En contraste, la denominación de "ají peruano" fue menos frecuente, lo que sugiere que, si bien existe una presencia del producto importado, la identidad cultural del ají panca dentro del contexto ecuatoriano se mantiene estable. Este hallazgo es consistente con estudios de Ruíz-Lau et al. (2018), quienes argumentan que el nombre comercial de los ajíes en mercados tradicionales es un indicador clave de su valor cultural dentro de una comunidad.

Por otro lado, la evaluación del Índice de Importancia Cultural (IC=2.93) reafirma que el ají panca ocupa un lugar destacado en la dieta y gastronomía ecuatoriana, consolidándose como un elemento fundamental en la cocina de Quito. Estos resultados sugieren que la presencia del ají en los mercados no solo responde a fac-

tores económicos, sino también a la tradición culinaria y al uso cotidiano dentro de los hogares ecuatorianos. De manera similar, Aguirre-Sosa et al. (2023) subrayan que el valor cultural de los ajíes en América Latina está determinado por su uso constante en la preparación de alimentos y su importancia dentro del repertorio gastronómico tradicional.

El estudio confirma que la comercialización y consumo de *Capsicum chinense* Jacq "Ají panca" en Quito está fuertemente ligado a la tradición culinaria, la dinámica comercial interna y la alta valoración cultural de esta especie. La predominancia de su venta en polvo, su uso como aliño principal y la estabilidad de su nombre comercial reflejan su arraigo en la gastronomía ecuatoriana. Además, los mercados populares se consolidan como espacios fundamentales para la transmisión y preservación del conocimiento etnobotánico de esta especie, resaltando la necesidad de fortalecer su producción local para reducir la dependencia de fuentes externas y garantizar su disponibilidad para las futuras generaciones.

Conclusiones

Se identificó que *ají panca* es una especie ampliamente comercializada en los mercados de Quito, con presencia en 55 mercados y una mayor concentración en los mercados América, San Roque, Tumbaco, Santa Clara y Carapungo. La principal forma de comercialización es en polvo, lo que evidencia su importancia en la gastronomía local como condimento esencial en la preparación de salsas, sopas y adobos.

El comercio de esta especie se mantiene principalmente a través del abastecimiento interno entre los mismos comerciantes (69.09%), mientras que el 30.91% obtiene el producto de otros centros de



abasto, incluyendo mercados mayoristas o proveedores externos. En algunos casos, el producto es denominado "ají peruano", lo que indica que parte de la comercialización puede incluir importaciones desde Perú.

El análisis del Nivel de Fidelidad (FL) mostró un alto consenso en el nombre comercial "ají panca" (FL=>88%), lo que refleja una estabilidad cultural en su denominación y uso. La principal aplicación es como aliño y adobo, seguido por su empleo en la preparación de salsas y sopas, lo que confirma su rol fundamental en la cocina ecuatoriana. Además, el Índice de Importancia Cultural (IC=2.93) destaca su relevancia dentro de los hábitos alimenticios de la población.

Los mercados de Quito no solo funcionan como espacios de comercialización, sino también como centros de transmisión del conocimiento etnobotánico, donde se perpetúan prácticas de uso y distribución de especies de interés gastronómico y medicinal. Esto resalta la importancia de fortalecer estos espacios como medios de subsistencia y conservación del patrimonio alimentario de la ciudad.

Se sugiere la implementación de estrategias para fortalecer la producción local de ají panca, reduciendo la dependencia de fuentes externas. Asimismo, futuras investigaciones podrían enfocarse en su potencial medicinal y nutracéutico, dado su alto contenido de vitaminas A y C, además de su aplicación en pesticidas y colorantes naturales.



Referencias

- Acha, S. Z., & Huamán, J. Z. (2023). Principios y redes del sabor en la cocina criolla peruana de fines del siglo XIX. Academia.edu. <https://surl.li/nnmlym>
- Aguirre-Sosa, J., Dextre, M. L., & Lozada-Urbano, M. (2023). Background of Peruvian gastronomy and its perspectives: an assessment of its current growth. Springer. Recuperado de <https://link.springer.com/article/10.1186/s42779-023-00212-4>
- Araujo, K. (2022). Usos tradicionales del ají y la gastronomía ambateña. Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34665/1/ARAUJO%20MAYORGA%20SOFÍA.pdf>
- Checa, G., & Fernández, M. (2017). Estudio e investigación de las variedades endémicas del ají en la comuna pechiche de la parroquia Chanduy de la provincia de Santa Elena. Universidad de Guayaquil, Guayaquil. <https://repositorio.ug.edu.ec/items/93b31a6e-bc42-4055-8f21-25b83046c84b>
- EcuadorEc. (2020). ¿Cuáles son las parroquias de Quito Urbanas y Rurales? Obtenido de <https://ecuadorec.com/parroquias-quito-urbanas-rurales/>
- Friedman, J., Z. Waniv, A. Dafni y D. Palewitch (1986). "A preliminary classification of the healing potential of medicinal plants, based on a rational analysis of an ethnopharmacological field survey among Bedouins in the Negev Desert, Israel". *Journal of Ethnopharmacology*, 16: 275-287.
- Garrido, R. (2015). Ecuador.travel. Obtenido de En Ecuador, el Ají le pone el sabor: <https://ecuador.travel/trade/es/noticias/reportajes/67-ecuador-el-aji-le-pone-el-sabor>
- González, J. Garzón, F. Cedeño, T., (2022). Ají ecuatoriano: importancia y maridajes. *Revista de Gastronomía y Cocina*. Vol. 1 No.1. ISSN 2953-6480. <https://doi.org/10.70221/011119>
- Huaxcuatlí, S. Q. (2022). Diversidad morfológica de chile apaxtleco (*Capsicum annum* L.) y su factibilidad de gestión local para la innovación agroalimentaria. Universidad Autónoma de Guerrero. https://mcagropecuarias.uagro.mx/inicio/images/tesis/18-Tesis_Silvia_Quirino.pdf
- López Sojos, M. A. (2022). Desarrollo de dips con base en haba, frijol, quinua, garbanzo y cuatro variedades de ají: jalapeño, chipotle, panca y rocoto. Universidad de Cuenca. Recuperado de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/05f53bf6-735c-4913-be36-fa8bc1622b4f>
- Martín, I., Vranken, L., & Ugás, R. (2021). Farmers' preferences to cultivate threatened crop varieties: Evidence from Peru. Ageconsearch.umn.edu. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Eloy-Lopez-5/publication/343817711_Fruit_and_seed_morphometry_of_aji_mochero_Capsicum_chinense_Jacq/links/5f41f336458515b72945fe62/Fruit-and-seed-morphometry-of-aji-mochero-Capsicum-chinense-Jacq.pdf
- Medina Vásquez, K. M. (2020). Etnobotánica del caserío La Palma, Chadín, Chota-Cajamarca. Universidad Nacional de Cajamarca. Recuperado de <https://repositorio.unc.edu.pe/handle/20.500.14074/5212>
- Medina, E. L., Zavaleta, A. L., Gil, A. E., & Zapata, V. (2020). Fruit and seed morphometry of "ají mochero" *Capsicum chinense* Jacq. ResearchGate. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Eloy-Lopez-5/publication/343817711_Fruit_and_seed_morphometry_of_aji_mochero_Capsicum_chinense_Jacq/links/5f41f336458515b72945fe62/Fruit-and-seed-morphometry-of-aji-mochero-Capsicum-chinense-Jacq.pdf
- Ramírez, G., Góngora, S., Pérez, L., González, T., Tun, J., Escalante, E., . . . Lopez, H. (2005). Estudio estratégico de la cadena agroindustrial. Yucatán: INIFAP-SAGARPA.
- Rivera, A.C. (2023). Usos etnobotánicos del *Capsicum chinense* Jacq "Ají panca" en los mercados de la provincia de Pichincha [Trabajo de fin de titulación para optar el grado de Licenciado en Gestión ambiental]. Universidad Técnica Particular de Loja. Disponible en: https://dspace.utpl.edu.ec/visorHub/?handle=123456789_33509
- Romero-Viacava, M., et al. (2023). Evaluation of different substrates in the cultivation of two varieties of *Capsicum chinense* Jacq. "chile habanero" Mexican chili, in a controlled environment. *Amelica.org*. Recuperado de <https://portal.amelica.org/ameli/journal/71/714420009/html/>
- Ruiz-Lau, N., Medina, F., & Martínez, M. (2018). El chile Habanero, su Origen y usos. *Revista ciencia AMC*, 73. Obtenido de https://www.revistaciencia.amc.edu.mx/images/revista/62_3/PDF/Habanero.pdf
- Sánchez, D. (2015). Segregación y Geografía de la migración interna y externa en el conurbano de Quito 2010. Aproximación de la relación de los flujos migratorios en el proceso de segregación. Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba. doi: <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/11100>
- Tardío J. y Pardo-De-Santayana M. 2008. Cultural Importance Indices: A Comparative Analysis Based on the Useful Wild Plants of Southern Cantabria (Northern Spain). *Economic Botany*. 62(1): 24-39.
- Valero, E., & Ordoñez, J. (2020). Diagnóstico de la Competitividad del mercado de ají en Colombia. Colegio de Estudios Superiores de Administración, Bogotá. Obtenido de https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/3275/ADM_1020826593_2020_2.pdf?sequence=7&isAllowed=y.