

# ¿Cómo son las dinámicas de relacionamiento de los consumidores venezolanos con la categoría de pastas, desde la elección y compra?

Presentado a:

Isgreg Aguilar: [isgreg.aguilar@empresas-polar.com](mailto:isgreg.aguilar@empresas-polar.com)

Presentado por:

IUU Colombia

22-033416-01

# Detalles técnicos

Fase cualitativa:

Discussion board de 3 días con 30 participantes de la comunidad.

**Hombres y mujeres venezolanos residentes en Venezuela, responsables de la compra en el hogar, compradores de pastas por lo menos una vez por mes.**

**30** participantes



*Imagen de campo*





# Introducción

UU

← Imagen de campo



# Objetivos

¿Cómo son las dinámicas de relacionamiento de los consumidores venezolanos con la categoría de pastas, desde la elección y compra?

**Profundizar en los hábitos de compra y consumo de pastas**

- Tipo de compra → Es planeada? Es de reposición?
- Frecuencia y lugar de compra
- Atributos tenidos en cuenta al momento de elegir y comprar la categoría → Exploración frente a los ya identificados e identificación de nuevos atributos.
- Preferencia en términos de presentación, variedad y cantidad comprada..
- Ocasiones y formas de consumo en los hogares.

**Explorar en el conocimiento y percepción frente a las marcas**

- Marcas reconocidas en el mercado
- TOM → Espontáneo y ayudado
- Marca/s comprada/s con más frecuencia y razones asociadas para elegirla/s.
- Marcas abandonadas y razones de abandono asociadas
- Marcas rechazadas y razones de rechazo asociadas
- Lealtad frente a la/s marca/s de la categoría

**Reconocimiento de la góndola, identificación de principales jugadores y atributos relacionados con la elección.**

- A través de una foto de góndola, los usuarios de la comunidad en un ejercicio cualitativo, identificarán las marcas más relevantes, y los atributos de elección tenidos en cuenta (ejercicio, declarado y cualitativo)

**07.**

La pasta para los  
Venezolanos

**08.**

Diferencias entre  
pasta corta y  
larga

**09.**

Hábitos de  
compra de pasta

**13.**

Entorno  
competitivo de la  
pasta

**20.**

Preparaciones  
con pasta

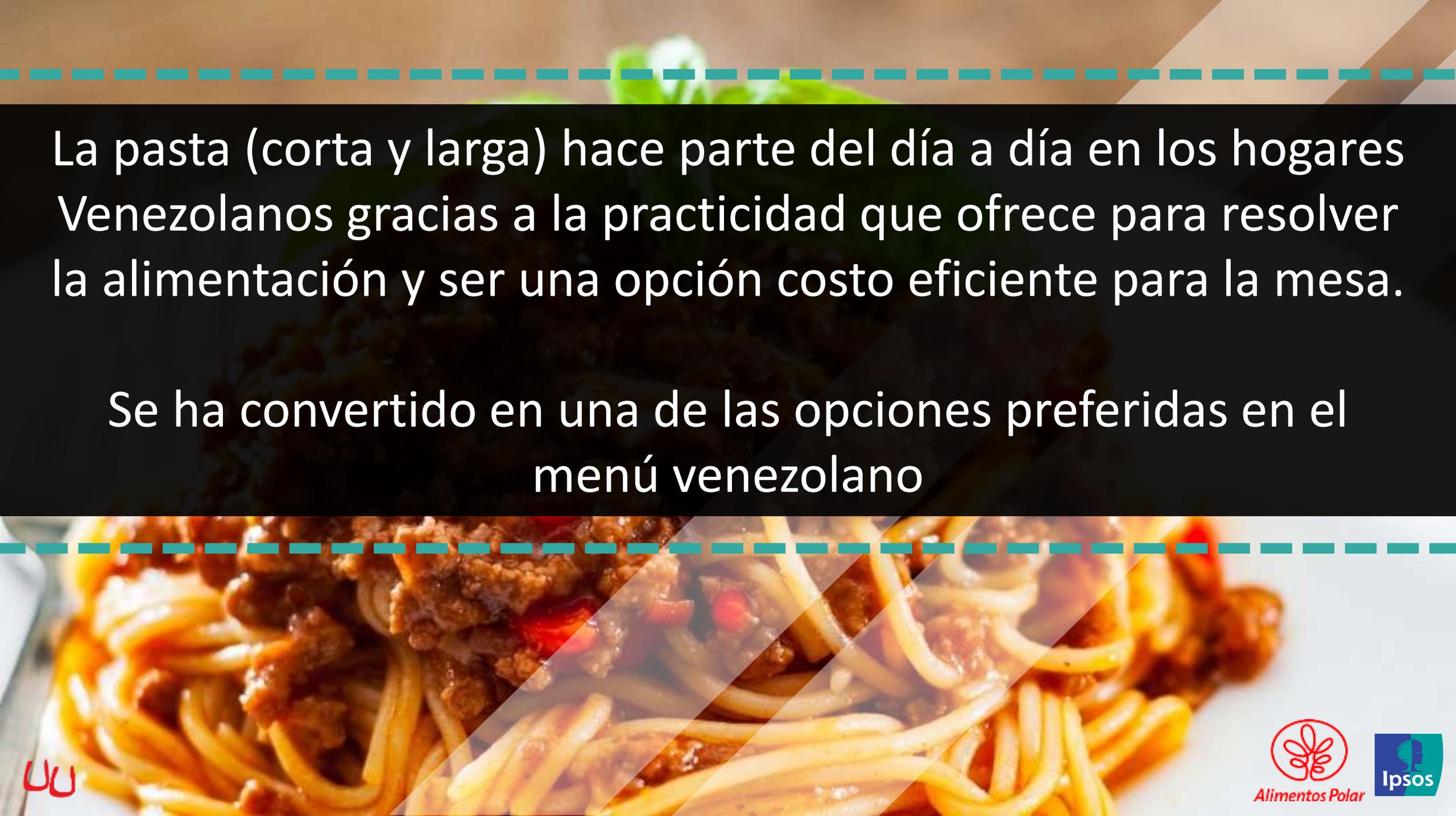
**26.**

Conclusiones

# CONTENIDO

# Hallazgos





La pasta (corta y larga) hace parte del día a día en los hogares Venezolanos gracias a la practicidad que ofrece para resolver la alimentación y ser una opción costo eficiente para la mesa.

Se ha convertido en una de las opciones preferidas en el menú venezolano

# Transversal a ambos tipos de pasta, se valora:

## Fácil Almacenamiento- Fácil Preparación- Bajo precio - Buen sabor.



# La pasta en los hogares es uno de los pilares gastronómicos y está muy medido a la cantidad de miembros del hogar.

## Ocasión de compra

- La periodicidad de compra depende de la frecuencia del pago, siendo las más comunes **semanal, mensual o quincenal**.
- Todos hacen la **compra de pasta junto con el abastecimiento** del hogar, ya que es lo más eficiente.
- Las compras por urgencia **se dan esporádicamente** cuando los ingredientes disponibles solo combinan con pasta.



## Presentaciones que se compra

- La presentación comprada **depende de la cantidad que se prepara**, siendo las de 500 y 1.000 grs las más comunes.
- En total **compran 4 a 5 kg (entre pasta corta y larga) mensuales** y varía según la cantidad de personas en el hogar. La relación de compra de pasta larga es de 3 a 1 sobre las cortas.
- A la mayoría **no les gusta guardar un paquete de pasta abierto**, así que calculan muy bien lo que compran y lo consumen completo.



## Principales lugares de compra

Debemos recordar que las personas buscan lugares que estén constantemente abastecidos, mantengan los precios estables y ofrezcan promociones, encontrándolo en los siguientes:

- Supermercados
- Supermercados independientes
- Autoservicio



# En que se fija el comprador



*“Tuve una mala experiencia con Oba, dicen que la cociné mucho porque quedó como una chicha”*

La disponibilidad es el principal factor, ya que de eso depende la compra.

## Precio, Sabor, Rendimiento, Calidad y Marca

**Precio:** Transversal a las marcas de la categoría, hay una **diferencia de precios mínima** entre la pasta corta y la pasta larga. Sin embargo, entre competidores la diferencia por el mismo producto puede ser de 1 USD.

**Sabor:** Aunque **no puedan describir exactamente a qué sabe una pasta de su agrado**, tienen identificadas las marcas cuyo gusto rechazan para omitirlas en el proceso de compra.

**Rendimiento:** Es un alimento de alto consumo **porque incrementa su volumen** durante la preparación, generando una percepción de abundancia y posterior saciedad al comerlo.

**Calidad:** Los aspectos más determinantes en la **percepción de calidad** son: Que quede suelta, al dente, cocida uniformemente, no pinta casi el agua y crece mucho.

**Marca:** Aunque tienen 1 marca predilecta, tienen 2 o 3 opciones alternativas entre las que varían dependiendo de las promociones y la disponibilidad en el PDV.

Esto aplica para tanto pasta corta como pasta larga



# ¿Qué pasa cuando no hay la pasta que están buscando?

Aunque es una situación desagradable, aprendieron a sortear la situación usando alguna de las siguientes alternativas:



## 01. Gramaje

Buscan la **opción más cercana** a la presentación que llevan habitualmente y que esté disponible.

*-Aplica para pastas largas y cortas-*

## 02. Tipo

Cambian el tipo de pasta a una que también sea de su agrado. p.e: **spaghetti en vez de vermicelli.**

*-Aplica para pastas largas y cortas-*

## 03. Marca

Acuden a otra de las marcas consideradas y que cumpla con las condiciones de gramaje, tipología y precio.

*-Aplica para pastas largas y cortas-*

## 04. Formato

Pasan de corta a larga o viceversa, teniendo en cuenta **la que más se ajuste al menú.**

*-Más en compra semanal-*

← Imágenes de campo

Durante la medición, se mostró a los participantes la simulación de una góndola y se les pidió que identificaran:

- Conocimiento
- Llamatividad
- Consideración
- Escogencia
- Rechazo
- Extra especial



*Imagen de góndola evaluada en la plataforma*

# En pasta corta y pasta larga encontramos este marco competitivo...



## Conocimiento

Mary

Sindoni

Gallo

Capri

Mimesa

Barilla

Ronco

Horizonte

OBA

Primor

Renata

Eduardo

Allegri

Colavita

**Parmigiana**

## Consideración

Mary

Sindoni

Capri

Mimesa

Ronco

Horizonte

Primor

Renata

Allegri

## Escogencia

Mary

Sindoni

Capri

Mimesa

Ronco

Horizonte

Primor

Allegri



Me llama la atención

No reporta conocimiento



# Razones por las que las principales marcas llaman la atención



Los principales aspectos mencionados se dividen en tres: Visuales, desempeño y costoeficiencia.

1. Los visuales, son aquellos que captan su **atención en el PDV**.
2. El desempeño viene de la **experiencia previa** que han tenido con la marca.
3. La costoeficiencia es **la relación que encuentran** entre lo que pagan y aquello que reciben.

	Más frecuente	Capri	Ronco	Primor	Mary	Allegri
1		✓	✓	✓	✓	—
		✓	—	—	✓	—
		✓	—	—	—	—
2		✓	—	✓	✓	—
		✓	✓	✓	✓	✓
		—	✓	✓	—	—
3		—	—	✓	—	—

✓ Mencionado

— No *mencionado*





# Razones de rechazo o abandono de las marcas de pasta.



1

DE CECCO Renata *La Especial* Barilla Colavita GALLO

2

LA PARMIGIANA LA PASTA HECHA ANTE RONCO Mary Capri

3

OBA Sindoni *Allegri* Mimesa Horizonte

4

Eduardo

1. Rechazo por desconocimiento.
2. Rechazo por percepción de alto costo.
3. Abandono por desempeño.
4. Abandono por costo y disponibilidad.

# Razones de rechazo o abandono de las marcas de pasta.

## 1 KEY TAKEAWAY



De las marcas evaluadas en la góndola, Primor es la única sobre la que no se menciona razones de rechazo o elementos negativos

1. Rechazo por...
2. Rechazo por percepción de alto costo.
3. Abandono por desempeño.
4. Abandono por costo y disponibilidad.

# Significado de la pasta extra especial

## Esto es una pasta EXTRA ESPECIAL

Es una pasta **preparada por o para alguien significativo**, con quien haya un vínculo emocional y que hace que se traslade el sentimiento a la comida. Esto mismo ocurre si la preparación **se hace para una fecha importante** y/o se utiliza una receta que **combina ingredientes salidos de lo convencional**.

EMOCIONAL

FUNCIONAL

**Origen:** El trigo y demás componentes en su elaboración deberían tener alguna selección especial o diferenciada.

**Ingredientes:** Debería tener sabores especiales como carne, pollo o queso, haciéndola diferente a la oferta actual.

**Elaboración:** En el proceso final, podría tener una elaboración manual o artesanal.

**Desempeño:** Mejor cumplimiento con los aspectos que consideran "calidad" (Quedar suelta, al dente, cocción uniforme, no pintar el agua y crecer más).

**Valores nutricionales:** Aportar a la nutrición con elementos como energía, vitaminas, hierro, potasio y magnesio.

## Marcas del mercado percibidas como extra especial:



Cinta de espinaca  
Pasta al huevo



Desempeño  
sobresaliente



Línea premium  
Pasta para bebés

*"Aquella que es hecha por una persona en especial porque le agrego un valor sentimental. También las que tienen un ingrediente que hace que sean especiales."*



Imagen de campo



Alimentos Polar



Ipsos



# Las que parecen extra especial desde la góndola

1



Elaborada con ingredientes de calidad que la dan un buen desempeño en la cocción.



Contiene sémola de durum que la hacen más sabrosa y mejor desempeño.



Da la impresión de ofrecer una pasta hecha a base de huevo.

2



El empaque en caja hace que se perciba como extra especial y parece importada.



Su empaque le da una apariencia premium.

3



Tradición de calidad en salsas y rápido tiempo de cocción.



Marca con mucha tradición en el mercado de las pastas.



Marca con tradición en el mercado y recordación de su historia personal.

Aunque hay influencia del conocimiento sobre el desempeño de la marca, hay elementos adicionales que sobresalen:

- 1. Ingredientes:** En Mary no se especifica, sin embargo se menciona que son de calidad; la sémola de Capri y la base de huevo de La Parmigiana.
- 2. Empaque:** Colavita y Renata fueron destacados por su apariencia y Barilla al tener una presentación en caja.
- 3. Tradición:** Para Ronco, Primor y Sindoni, el tiempo que llevan en el mercado les da las credenciales para hablar de algo extra especial.

## No tienen ninguna asociación hacia pasta extra especial en la góndola



Mimesa



Horizonte



# Preparaciones con pasta corta

## ¿QUIENES LA CONSUMEN?

Aunque es la preferida de los niños (excepto en ensalada), es consumida por todos en el hogar.



## ¿CADA CUÁNTO?

Su preparación es sencilla, facilitándose para cualquier día de la semana, pero para variar se consume 2 a 3 veces.



### Boloñesa

Es la más común al ser sencilla de hacer y fácil de comer para los niños. Puede llevar queso, pan francés o plátano horneado. Queda bien con cualquier pasta corta.



### Bechamel

Generalmente con dedales y conchitas, es una opción sencilla y donde la pasta corta es lo que da consistencia a la sopa.



### Pasta fría

Es un complemento del almuerzo, es decir, a modo de ensalada. Puede llevar atún, mayonesa, cebolla y/o lechuga. Es una preparación con más gusto para adultos.



### Sopas

Generalmente con dedales y conchitas, es una opción sencilla donde la pasta es lo que da consistencia a la sopa. Puede llevar verduras y aliños para dar sabor.



### Pasticho\*

Usado para fechas o momentos especiales porque requiere mayor tiempo de elaboración; queda bien con plumitas o tornillos.

Más frecuente

Menos frecuente



Imágenes de campo

\*Pasticho: Imagen de referencia, no fue aportada en campo.



# Preparaciones con pasta larga

## ¿QUIENES LA CONSUMEN?

Generalmente se sirve a todos en el hogar, sin embargo, en niños la preferencia aumenta con la edad.



## ¿CADA CUÁNTO?

Su preparación es más elaborada porque es un plato fuerte, aún así, se consume 3 a 4 veces por semana.



### Boloñesa

Se prepara con más frecuencia por su facilidad para preparar. Usualmente lleva queso mozzarella o pecorino, y un acompañante como plátano maduro.



### Carbonara

Es otra preparación sencilla, aunque pueda llevar más ingredientes, pero el protagonista es la salsa. Puede hacerse con tocineta, jamón o pollo.



### Vegetales

Tiene como ingrediente principal diversas verduras y se acompaña con trozos de carne o pollo, se prepara más esporádicamente.



### Salteada

Con raíces orientales se saltea y acompañan con soya, la preparación **se deja para momentos especiales** ya que lleva ingredientes atípicos.



### Mariscos

Es el más atípico, especial y costoso por los ingredientes que lleva. Aunque no deja de ser sencillo de preparar, es el más refinado.

Más frecuente

Menos frecuente

# Otras preparaciones con pasta



## Chicha venezolana

Es una bebida indulgente en cuya preparación se reemplaza el arroz por la pasta para obtener un resultado más sabroso. Se prepara con leche, canela, vainilla y azúcar o leche condensada. Se acompaña con hielo y se decora con chocolate en chips o rayado o canela en polvo.

Es consumido por todos los miembros de la familia y su preparación se puede hacer por antojo o cuando queda una pequeña porción de pasta que no se quiere guardar.



## Pasticho (Lasaña)

Es una preparación con láminas de pasta por capas, en la que se alterna entre pasta, carne (con salsa boloñesa) o pollo (con salsa bechamel) y queso (mozzarella o pecorino).

Suele dejarse para ocasiones especiales ya que su preparación en capas hacen que requiera mayor tiempo y cuidado.

Como ya se indicó, también suelen prepararla con pasta corta en lugar de las láminas.

# Entendiendo cada una de las preparaciones con pasta

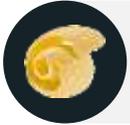
		Quién	Cuándo	Cómo	Para qué	Dónde	
Pasta corta		<b>Boloñesa</b>	Principalmente niños	1 a 2 veces por semana	Plato principal con algún acompañante	Alimentación	Casa Oficina
		<b>Bechamel</b>	Todos	1 a 2 veces por semana	Acompañamiento de una proteína	Alimentación	Casa
		<b>Pasta fría</b>	Adultos	2 a 3 veces por semana	Ensalada o acompañante	Alimentación Practicidad	Casa Oficina
		<b>Sopas</b>	Todos	2 a 3 veces por semana	Entrada Plato secundario	Alimentación Saciar	Casa
		<b>Pasticho</b>	Todos	Fechas especiales ±1 vez al mes	Plato principal	Festejo Alimentación	Casa
Pasta larga		<b>Boloñesa</b>	Adultos o niños grandes	2 a 3 veces por semana	Plato principal con algún acompañante	Alimentación Practicidad	Casa
		<b>Carbonara</b>	Adultos o niños grandes	2 a 3 veces por semana	Plato principal con algún acompañante	Alimentación Practicidad	Casa
		<b>Vegetales</b>	Principalmente adultos	1 a 2 veces por semana	Plato principal	Alimentación	Casa
		<b>Salteada</b>	Principalmente adultos	Fechas especiales ±1 vez al mes	Plato principal	Festejo Alimentación	Casa
		<b>Mariscos</b>	Principalmente adultos	Fechas especiales - de 1 vez al mes	Plato principal	Festejo Alimentación	Casa

# Principales ingredientes que acompañan las preparaciones

## Boloñesa\*



Queso



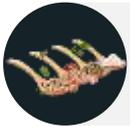
Mantequilla



Hierbas (Orégano, comino, apio, laurel)



Guiso (Cebolla, tomate, pimentón)



Condimentos (Sal, ajo, pimienta, adobo)



Carne molida

## Carbonara\*\*



Queso



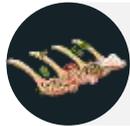
Mantequilla y Leche



Harina de trigo



Cebolla



Condimentos (Sal, ajo, pimienta)



Jamón o tocino

## Pasta fría



Queso



Mayonesa



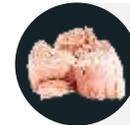
Hierbas (Orégano, laurel)



Verdura (Cebolla, arveja, maíz, zanahoria)



Condimentos (Sal, ajo, pimienta)



Atún o jamón

# Principales ingredientes que acompañan las preparaciones

## Vegetales



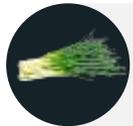
Queso



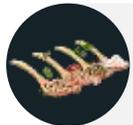
Mayonesa



Verdura (Cebolla, pimentón, zanahoria)



Cebollín

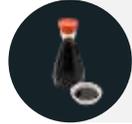


Condimentos (Sal, ajo, pimienta)



Carne o pollo en trozos

## Salteada



Soya



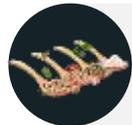
Raíces chinas



Verdura (Calabacín, pimentón, zanahoria)



Caldo en cubo



Condimentos (Sal, comino, pimienta)



Carne o pollo en trozos

## Sopas



Granos (fríjol, lenteja)



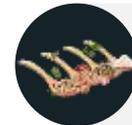
Hierbas (Orégano, laurel)



Verdura (Cebolla, tomate, zanahoria)



Caldo en cubo



Condimentos (Sal, ajo, pimienta)



Alguna variedad de papa

# Conclusiones



# Conclusiones



Es uno de los alimentos más importantes de la canasta básica se consume entre 3 y 4 veces por semana.

- ❑ Se consigue en diversos canales, aunque para estar seguros prefieren acudir a supermercados.
- ❑ Se aprovecha la compra de abastecimiento del hogar para hacer la compra de la pasta, para que dure hasta la siguiente compra.
- ❑ Es un producto relativamente económico en relación al rendimiento generado en sus mesas.
- ❑ Tiene una preparación sencilla que no les implica demasiado tiempo en la cocina.



No hay fidelidad hacia una marca, tienen un set de elección de hasta 4.

- ❑ Debido al desabastecimiento presentado de ciertas marcas en algunos canales, se han acostumbrado a ajustar sus opciones.
- ❑ Las marcas que hacen parte de ese set de escogencia, deben cumplir con sus requerimientos de calidad (Que quede suelta, al dente, cocida uniformemente, no pinta casi el agua y crece mucho).
- ❑ Son altamente influenciados por las promociones o amarres que encuentren en el punto de venta, siempre y cuando estén dentro de su set de consideración.



Hay una mayor declaración de compra hacia la pasta larga que hacia la corta.

- ❑ Aunque se declare que haya una similitud de precios entre las pastas cortas y las largas, la compra de la pasta larga supera en 3 a 1 a la pasta corta.
- ❑ Se destaca que las porciones requeridas de pasta corta son menores ya que suelen ser preparaciones secundarias dentro del menú, mientras que las de pasta son protagonistas.

**GRACIAS**



Alimentos Polar



Ipsos

UU