

**INFORME DE RESULTADOS
HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO DE PASAPALOS
CONGELADOS A BASE DE HARINA DE TRIGO O MAÍZ**

(Evaluación Cualitativa)



**Preparado para:
Alimentos Polar Comercial C.A.**

Caracas, 12 de mayo de 2021

TABLA DE CONTENIDOS

Objetivos del Estudio	3
RESULTADOS	7
1.- Conocimiento de la Categoría Pasapalos	7
1.1.- Tequeños	9
1.2.- Masa Fácil	11
1.3.- Pastelitos	12
1.4.- Empanaditas	13
1.5.- Arepitas Congeladas	13
1.6.- Otros (Minipizzas, Mandocas, Lumpias, Minicachapitas)	14
1.7.- Productos Asociados	14
2.- Hábitos de Compra	15
3.- Razones de Compra	17
4.- Razones de No Compra	18
5.- Canales de Compra	20
6.- Evaluación de Marcas	21
7.- Evaluación de Atributos	27
8.- Hábitos de Consumo	29
1.1.- Tequeños	30
1.2.- Masa Fácil	31
1.3.- Pastelitos	32
1.4.- Empanaditas	32
1.5.- Arepitas Congeladas	33
1.6.- Otros (Minipizzas, Mandocas, Lumpias, Minicachapitas)	33
9.- Beneficios de los Pasapalos Congelados a Base de Harina de Trigo o Maíz	34
10.- Conclusiones	36

Objetivos del Estudio

Objetivo General:

- Conocer los hábitos y usos de compra y consumo de la categoría de pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz.

Compradores

- Indagar sobre los hábitos de compra y consumo de pasapalos congelados listos para cocinar a base de trigo o maíz.
 - Conocimiento de marcas
 - Frecuencia de compra
 - Marcas compradas / marca preferida
 - Cantidad comprada
 - Lugar de compra
 - Tamaño / presentación
 - Precio
 - Frecuencia de consumo
 - Ocasiones de consumo
 - Forma de consumo ¿Para qué las usa? ¿Cómo las usa? ¿Qué cantidades usa?
 - Lugar de consumo
- Indagar en las razones de consumo. Beneficios percibidos.
- Ventajas y desventajas.
- Indagar en los atributos funcionales relevantes de la categoría.
- ¿Qué es lo que valoran de los pasapalos congelados listos para cocinar, en las marcas que consumen y en su preferida?
- Indagar profundamente en los atributos emocionales de la categoría.
- Indagar en lealtad de marca. Profundizar en razones.
- Conocer los sustitutos que el consumidor / comprador considera para la categoría.
- Conocer los atributos / características son relevantes
- Cuál es el pasapalo congelado listo para cocinar a base de trigo o maíz ideal

No Compradores

- Conocer la percepción sobre pasapalos congelados a base de trigo / maíz.

- Razones de NO consumo.
- Conocer las necesidades que no satisface la categoría, percibidas por los no consumidores. Aspectos negativos percibidos.
- Conocimiento de marcas de pasapalos congelados del mercado.
- Indagar en los atributos funcionales y emocionales sobre la categoría.
- Realizar una jerarquización sobre las barreras más relevantes.
- Explorar qué haría falta para que compre / consuma esta categoría ¿Qué debería ofrecerle una marca?

Distribución de los grupos

Se condujeron seis minigrupos OnLine de cuatro o cinco participantes efectivos por grupo, según dos muestras:

Compradores: Hombres y mujeres responsables de la compra de alimentos en el hogar, entre 25 y 45 años, que compren pasapalos congelados a base de harina de trigo y/o maíz al menos una vez al mes, de NSE C+ y NSE D+. Esta categoría incluye tequeños, arepitas, empanadas, pastelitos y otros pasapalos a base de harina de maíz o trigo.

No Compradores: Hombres y mujeres responsables de la compra de alimentos en el hogar entre 25 y 45 años, que no compren ni consuman pasapalos congelados a base de harina de trigo y/o maíz, de NSE C+ y NSE D+. No deben haber comprado la categoría en los últimos seis meses. En esta categoría se incluyen tequeños, arepitas, empanadas, pastelitos y otros pasapalos a base de harina de maíz o trigo.

Todos los grupos fueron conducidos desde Caracas entre los días 3 de mayo y 8 de mayo de 2021. Los grupos fueron mixtos en género, nivelando la cantidad de hombres y mujeres.

Los minigrupos entre consumidores se ejecutaron según la siguiente distribución:

	Caracas		Maracaibo		Puerto La Cruz		TOTAL
	25 a 35	36 a 45	25 a 35	36 a 45	25 a 35	36 a 45	
NSE C Amplia		1	1			1	3
NSE D+	1			1	1		3

Los minigrupos entre no consumidores se llevaron a cabo según la siguiente distribución:

	Caracas	Maracaibo	Puerto La Cruz	TOTAL
	30 a 40 años	30 a 40 años	30 a 40 años	
NSE C Amplia/D+	1	1	1	3

Metodología

El estudio se basó en la discusión grupal, aunque incorporó algunas actividades cuantitativas (encuestas) que se analizaron cualitativamente. En los grupos de Compradores, la actividad iniciaba pidiendo a los participantes que propusieran productos que ellos consideraban pasapalos congelados. En ese momento se sondeaba su conocimiento de seis productos específicos (arepitas congeladas, miniempanadas congeladas de carne mechada y de queso, tequeños de trigo congelados, tequeños de maíz congelados, palitos de maíz dulce congelados y mandocas). Una vez dibujado el universo de los productos conocidos, se les pedía que construyeran grupos con ellos, colocando juntos a los que más se parecieran. Al terminar se les indicaba a los participantes que durante el resto de la discusión nos focalizaríamos en pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz.

Se pasaba luego a una exploración detallada de los hábitos de compra de esta categoría de productos, incluyendo preguntas como frecuencia, lugar de compra, marcas compradas, planificación de la compra, personas que influyen en la decisión, etc. Enseguida se levantaba una lista de las marcas conocidas, dedicando tiempo a explorar cuáles marcas ofrecían cuál producto dentro de la categoría de pasapalos congelados a base de harinas de trigo o maíz (arepitas, tequeños de trigo, mandocas, etc). Se exploraba luego la imagen de cada una de las marcas mencionadas, poniendo especial atención en recabar información sobre emprendimientos o marcas artesanales.

Al terminar, se le pedía a los participantes pensar en las características que resultan importantes a la hora de decidir comprar un pasapalo congelado a base de harina de trigo o maíz, generando, para cada grupo, una lista de atributos relevantes. Cada atributo era sondeado a fin de comprender su significado y extensión. Con esta lista se confeccionaba en tiempo real una encuesta en google formularios que era distribuída a través del chat de la videoconferencia. Cada participante tenía que llenar el instrumento indicando el orden de prioridad que en su opinión tenían los atributos. La encuesta estaba validada de tal manera que no permitiera empates. Cuando se recibían todos los cuestionarios, la discusión continuaba comparando los primeros lugares asignados por los participantes y explorando en profundidad las razones por las que son importantes.

Pasábamos luego a explorar los hábitos de consumo, empezando con el relato de la última ocasión en la cual consumieron pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz: tipo de ocasión, acompañantes, bebida, uso de salsas, etc. Luego se exploraban otras ocasiones de consumo y se intentaba dibujar, para cada producto (arepitas, tequeños, etc) el contexto de consumo (ocasión, modo de cocción, acompañante, razones de uso, etc).

Para terminar la discusión, los participantes listaban los beneficios emocionales y racionales del consumo de pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz, elaborando un listado por grupo, que era vaciado en tiempo

real en una encuesta de google formularios, la cual se enviaba vía chat para que se llenara individualmente. En esa encuesta debían indicar el orden de importancia de los beneficios del listado generado por el grupo. Por último, se discutía brevemente cuáles eran los beneficios más importantes, y si existían beneficios no cubiertos que permitieran descubrir algún nicho importante.

En los grupos de no compradores se evaluaban las secciones de conocimiento de tipos de pasapalos, se hacía el ejercicio de agrupación y se evaluaban las marcas y la asociación de marcas con productos. Luego se sondeaban las razones para no consumir estos productos y se intentaba dibujar la imagen de una persona que sí los consumiera, profundizando en las diferencias entre esos consumidores idealizados y los propios participantes (que eran No Compradores). Luego se indagaba en los beneficios de los pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz, y se discutía sobre por qué esos beneficios no motivaban el consumo en los No Compradores. En estos grupos no se confeccionaba el listado de atributos deseables (pues eran No Compradores de la categoría), pero se les pedía ordenar el listado de beneficios utilizando, como siempre, una encuesta de google formularios que les era enviada durante el grupo y que tenían que llenar antes de que terminara.

RESULTADOS

1.- Conocimiento de la Categoría Pasapalos

En todos los grupos el pasapalo mencionado en primer lugar, reconocido por más personas, más consumido y preferido fue el tequeño. En cuanto a recordación generalmente le sigue la Masa Fácil, las empanaditas, los pastelitos / pasteles y las arepitas. En Maracaibo los pasteles / pastelitos se recuerdan más rápidamente, mientras que en Puerto La Cruz ese puesto lo suelen ocupar las empanadas.

Los nuggets de pollo son mencionados por casi todos los grupos. También es muy común que nombren a las papas fritas (papas cortadas congeladas para freír). Pocos grupos mencionaron mandocas, bolitas de queso, bolitas de carne, bolitas de masa o mariscos. Las minipizzas surgieron en varios grupos de jóvenes. Los vegetales congelados fueron mencionados algunas veces.

Se preguntó sobre unos productos específicos, que se muestran a continuación:

<i>Arepitas Congeladas</i>	<p>Pocas personas dijeron haberlas visto. Nadie indicó haberlas comprado. También parece ser un producto que no se consigue regularmente.</p> <p>Luce asociado a fiestas, mientras que para el día a día se utiliza el amasado de arepas a partir de harina de maíz. Como muchos otros productos de la categoría (especialmente los menos convencionales) aparece asociado a la marca K-T-DRA, tal como se detallará más adelante.</p>
<i>Miniempanadas Congeladas de Carne Mechada y Queso</i>	<p>Fueron mencionados en forma espontánea por casi todos los grupos, aunque pocos reportaron haberlas consumido. Son asociados sobre todo con la marca K-T-DRA.</p>
<i>Tequeños de Harina de Trigo Congelados</i>	<p>Mencionados por todos los grupos, generalmente en Top Of Mind de recordación. Todos los participantes, sin excepción, los han consumido y sólo una persona manifestó rechazarlos.</p>
<i>Tequeños de Maíz Congelados</i>	<p>Pocos participantes indicaron conocerlos. No están asociados a ninguna marca y no fueron reportados como parte del consumo habitual de ningún participante.</p>
<i>Palitos de Maíz Dulce (o Jojoticos)</i>	<p>Fueron reconocidos apenas por uno o dos participantes, que posiblemente los estuvieran confundiendo con mazorcas de maíz congelados o con maíz desgranado. Su consumo no fue reportado nunca.</p>
<i>Mandocas</i>	<p>Fueron mencionadas muy rara vez (una vez en PLC y una o dos veces en cada grupo de Maracaibo). No están asociadas a ninguna marca y ni siquiera hay claridad sobre haberlas visto en versión congelada.</p>

Podría ser difícil conceptualizar lo que es un pasapalo, pero algunos participantes dieron definiciones que resaltan su tamaño pequeño, facilidad para comerlo y consumo asociado a fiestas.

“La palabra lo dice: es para pasar el palo”

“Todo lo que se pueda agarrar con una mano es un pasapalo”

Cuando se le pide a los participantes hacer grupos con los productos conocidos, generalmente organizan un mapa como el siguiente (en negro los productos mencionados con más frecuencia y en verde los que se nombraron ocasionalmente):



La categoría de pasapalos de harina surgió espontáneamente en todos los grupos con ligeras variaciones en cuanto a los productos que la componen o en cuanto a sus subclasificaciones. Generalmente se refieren a ellos como “pasapalos con masa”, “pasapalos con harina” o nombres similares. Un grupo incluyó allí los Nuggets, por ser empanizados (es decir, por incorporar harina o pan como cubierta). El nombre “pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz” siempre tuvo sentido para los participantes.

Esta categoría de productos puede dividirse luego en base a dos criterios, que nunca fueron usados conjuntamente:

Criterio 1: Ser a base de trigo o de maíz

TRIGO	MAIZ
Tequeños	Arepitas
Pastelitos	Empanaditas
Masa Fácil	Mandocas
Minipizzas	
Lumpias	

“Los pastelitos son con harina de trigo. Las arepitas y las mandocas son con harina PAN”

“Yo los compraría si fueran de harina de maíz, porque me parecen más saludables”

Criterio 2: Ser rellenos o no rellenos

RELLENOS	NO RELLENOS
Tequeños	Masa Fácil
Pastelitos	Minipizzas
Empanaditas	Arepitas
Lumpias	Mandocas

Los beneficios más mencionados que aportan estos productos se relacionan con practicidad, facilidad de cocinar, ahorro de tiempo, etc. Es muy fácil tenerlos en casa y cocinarlos a la hora del desayuno, la merienda e inclusive la cena. El buen sabor, el gusto, el placer, la satisfacción de antojos también son mencionados. En el caso de los niños, son importantes para variar las comidas y mantenerlos interesados. No hay acuerdo sobre si son económicos o no, aunque los grupos de Consumidores con frecuencia mencionan que tienen buen precio.

Hay beneficios que definitivamente no están asociados con la categoría, como nutrición o salud. Por el contrario, generalmente son vistos como productos dañinos, especialmente debido a la fritura que requieren.

Vamos a ver ahora en detalle cómo es la compra de los principales productos de esta categoría.

1.1.- Tequeños



Aunque es un pasapalo que admite muchas variaciones, cuando se habla de tequeño usualmente se piensa en un producto de masa de harina de trigo con relleno de queso blanco.

Sólo un participante declaró que no le gustan los tequeños. Todos los demás, sean Compradores o No Compradores, no los rechazan y los disfrutaron en una reunión, aunque no sean un producto que esté incorporado a su dieta regular.

“Nadie se niega a un tequeño. Es increíble”

Es apreciado por personas de cualquier edad, y por eso es fácil de comer. Es bueno para salir de la rutina, como premio, o para hacer la comida divertida.

“Sirven para cualquier miembro de la familia. Mi bebé no tiene dientes y se los come. A mi bisabuelita le cuesta comer y le encantaba un tequeño”



También son un producto típicamente venezolano, lleno de referencias de tradición, hogar y normalidad. Tienen un gusto particular que no puede ser imitado.

“Aquí están entrando muchos productos árabes, de otros lados. Y uno se atora por el empaque. Y se lleva cada chasco... porque el paladar venezolano es muy específico”

El tamaño de los empaques comprados varía mucho dependiendo de la ocasión y del tamaño de la familia. Si se trata de celebraciones, son comunes empaques de cerca de 50 unidades o más, o incluso la compra de varios empaques de este tipo. Si es para tener en casa, las presentaciones más pequeñas son preferidas, de no más de 20 unidades.

El precio oscila entre 1 dólar por 20 unidades (en versiones artesanales o de emprendimientos) y 5 dólares para los empaques más grandes o de marcas industriales. Los productos artesanales / emprendimientos suelen ser más económicos y parecen haber incentivado la compra de este tipo de productos.

“Eso dura dos o tres días en la nevera. No hay que tenerlos mucho tiempo. La masa se daña. Se pone ácida”

Entre los grupos de compradores, es común que la compra se haga semanal o quincenalmente, y es costumbre tenerlos disponibles en la nevera.

“Yo compro siempre y la tengo para los niños”

“Yo por mi hija siempre estoy comprando pasapalos congelados”

“Mi hijo es de muy mal comer. Entonces yo le pongo su tequeño, su pastelito y sé que él se lo va a comer”

Como veremos más adelante, el tequeño está siendo incorporado en las comidas diarias, por lo tanto entre los consumidores de pasapalos es habitual que los tequeños sean comprados con cierta regularidad, generalmente alternándolos con masa fácil y a veces con pastelitos. Las familias con niños, en especial, quieren tenerlos en el congelador para usarlos en casos de emergencia.

A pesar de que generalmente es un producto salado, hecho de harina de trigo y con relleno de queso blanco, entre todos los pasapalos congelados a base de harina de maíz o trigo es el que presenta mayores posibilidades de variación e innovación.

“Los clásicos, típicos, son de queso. Los otros unos los prueba pasa salir de lo común”

“Yo nunca he visto una empanada de chocolate”

@ Queso con jamón

@ Queso con tocineta

@ Guayaba con queso

@ Guayaba

@ Guayaba con queso

@ Tocineta

@ Plátano

@ Salchicha





Esas nuevas versiones de tequeños generalmente se asocian con emprendimientos o elaboración artesanal. En Caracas fue más frecuente reportar sabores originales (guayaba, nutella, etc), mientras que la innovación de los tequeños artesanales en el interior parece ir de la mano con la incorporación de salsas.



Estas innovaciones fueron mencionadas con mucha más frecuencia en Caracas (con Puerto La Cruz en segundo lugar), entre jóvenes y en el nivel socioeconómico más alto.

1.2.- Masa Fácil



La Masa Fácil es muy mencionada y parece ser el segundo producto más comprado de esta categoría. Con mucha frecuencia se intercala su compra con la de los tequeños. Puede llegar a comprarse incluso en cantidad importantes, de medio kilo a un kilo, y en frecuencia quincenal. Cuesta alrededor de dos dólares.

Varios participantes coincidieron en que la Masa Fácil es más bien un ingrediente que un producto terminado. Sin embargo, lo ubican siempre dentro de la categoría de pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz, debido a las similitudes entre esta masa y las de pastelitos o tequeños.

La principal ventaja de la Masa Fácil es su versatilidad. La principal desventaja es que requiere mucho más trabajo. Debido a eso usualmente no son empleadas en celebraciones, especialmente si se trata de fiestas numerosas.

“La Masa Fácil no es para fiestas. Te imaginas todo el tiempo que tardas preparando eso. Para fiestas quieres algo que puedas preparar en cantidades y con poco trabajo. Poner a freír y ya”

“Cuando usas pasapalos en una fiesta, no te quedas corto. Si se te acaba una bandeja, ya sacas otra”

1.3.- Pastelitos



La compra de pastelitos fue reportada por muchos menos participantes que la de tequeños y masa fácil, y resultó más común en las ciudades del interior, especialmente en Maracaibo. Para muchos consumidores se trata de un producto usado para dar variedad, para cambiar, pero la compra principal es de tequeños y masa fácil (con frecuencia alternando entre ellos).

La frecuencia de compra de los pastelitos es esporádica, de una vez al mes o una vez cada dos meses. Esto también se relaciona con que la oferta de pastelitos en los comercios es más irregular. Su precio es similar al de los tequeños, con un máximo de 5 dólares.

En Maracaibo fue notable que muchos participantes (fueran compradores o no compradores de la categoría) en el caso específico de los pastelitos, reportaron hacerlos en casa y refrigerarlos / congelarlos. Su preparación parece ser más simple que la de los tequeños y forman parte de la cultura marabina.

“Pastelitos yo no compro, porque mi hermana los prepara y siempre me da”

“Yo ahora que tengo más tiempo, desde que está la pandemia, preparo los pastelitos en la casa y los congelo para irlos usando en el desayuno”

En Puerto La Cruz y en Maracaibo (especialmente en ésta última ciudad) llama la atención la cantidad de emprendimientos que ofrecen pastelitos con diferentes rellenos. Se mencionó carne, pollo, queso y combinaciones que incluyen arroz y papas. A diferencia de lo que ocurre con los tequeños, que suelen ser de queso, con los pastelitos no hay un relleno típico o preferente.

1.4.- Empanaditas



Normalmente refiere a empanaditas de harina de maíz, una versión pequeña de las empanadas grandes que acostumbran usarse para el desayuno. Los rellenos de las empanaditas son muy variados, pero siempre salados: queso, carne, pollo, jamón con queso, mariscos, cazón, etc. Cuando son de harina de maíz, siempre son fritas.

Lo más común es recordar haberlas comido en fiestas y reuniones. Según el reporte de los participantes, suelen ser elaboradas por el anfitrión. Varias personas reportan haberlas visto a la venta en supermercados, pero no indican haberlas comprado. Si las comprarán, sería para usarlas en fiestas.

“Yo muy de vez en cuando veo empanaditas. Nunca las he comprado”

Según lo visto, las empanadas entran dentro del universo de las comidas (especialmente desayuno) y las empanaditas claramente son pasapalos. La diferencia es fundamentalmente un tema de tamaño, aunque por estar destinadas a fiestas, las miniempanadas pueden ofrecer rellenos más creativos y variados.



“Yo en fiestas he probado muchos sabores: pollo, camarones”

1.5.- Arepitas Congeladas



Las arepitas congeladas fueron mencionadas en casi todos los grupos, pero nadie reportó haberlas comprado, sino que las vieron en fiestas que otras personas ofrecían. Podría decirse que las arepitas son un referente mental, pero no un producto utilizado. No son atractivas para el día a día (son muy pequeñas y una arepa regular puede amasarse con facilidad). Y tampoco son atractivas para las fiestas, porque es más económico amasarlas, pero también es demasiado trabajo.

“Yo nunca he visto arepitas congeladas”

Al hablar sobre ellas, quienes recuerdan haberlas visto dicen que se trata de arepas simples, sin rellenar. Eso representa cierta desventaja respecto a los tequeños o los pastelitos, que vienen ya con la proteína y que resultan más fáciles de freír, servir y comer. En el caso de las arepitas, además de prepararlas hay que pensar también en cómo acompañarlas.

“Las empanaditas y las arepitas cuando los he consumido ha sido en fiestas, pero que ellos los hacen. No han sido comprados”

1.6.- Otros (Minipizzas, Mandocas, Lumpias, Minicachapitas)

Estos productos fueron mencionados rara vez, son comprados y consumidos muy esporádicamente y resultan poco relevantes, aunque sin duda forman parte de la categoría.



Las minipizzas fueron mencionadas por los grupos más jóvenes. No son compradas con regularidad, sino más bien para ocasiones especiales previamente planificadas, que se diferencian de fiestas convencionales o comidas cotidianas. Por ejemplo, para una tarde de películas o para una fiesta infantil.

Las mandocas congeladas fueron nombradas sobre todo en Maracaibo, algunas veces en Puerto La Cruz. Incluso en estas ciudades, fueron pocos los participantes que reportaron haberlas comprado alguna vez. Según los participantes, no se consiguen con regularidad. Se compran por impulso, dependiendo de la disponibilidad, y usualmente son utilizadas durante el desayuno.

Aunque las lumpias indudablemente forman parte de la categoría de pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz, sólo un participante nombró haberlas visto y no se reportó haberlas consumido. Las minicachapitas fueron mencionadas en un solo grupo, no hubo reportes de su consumo y no motivaron más discusión.

1.7.- Productos Asociados

Algunos grupos mencionaron productos asociados o similares, pero respecto a los cuales no queda claro si forman parte de la categoría o no.

Un caso típico son los Nuggets, que algunos grupos incluyeron dentro de la categoría pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz, probablemente por la cubierta empanizada. La mayoría de los grupos, sin embargo, los incluyó en otra categoría.

Los casos más interesantes son las masas que pueden ser utilizadas para preparar pasapalos, pero que no constituyen un pasapalo por sí mismas, especialmente la masa de hojaldre y las tortillas de maíz para tostadas mexicanas. Ambas fueron mencionadas muy rara vez y principalmente en Caracas. El razonamiento parece ser que una vez incluida la Masa Fácil dentro del grupo de pasapalos de harina de trigo o maíz, otras masas podrían entrar a formar parte del grupo.

A pesar de esto, los pasapalos a base de masa de hojaldre fueron mencionados sólo como referencia, y nadie dijo usar masa de hojaldre en casa para hacer pasapalos. Tampoco hablaron sobre el uso de tortillas de maíz en casa.

“Yo a la Masa Fácil la veo como un ingrediente para hacer pasapalos. No como un pasapalo”

2.- Hábitos de Compra

Hay tres productos de esta categoría que están operando como una subcategoría funcional, haciendo que la compra se alterne entre ellos para generar interés y variedad en las comidas diarias, y posiblemente también respondiendo a la disponibilidad en el lugar de compra. Estos productos son los tequeños, la Masa Fácil y los pastelitos. Lo más común es que tequeños y/o Masa Fácil sean el producto base (actuando a veces en conjunto), incluyendo de vez en cuando a los pastelitos.

Para ponerlo más claro, patrones típicos de compra son los siguientes:

- a) Una quincena tequeños y la quincena siguiente Masa Fácil, con o sin la compra ocasiones de pastelitos.
- b) Compra quincenal o mensual de tequeños, reforzada de vez en cuando con Masa Fácil o pastelitos.
- c) Compra regular de Masa Fácil, reforzada de vez en cuando con tequeños o pastelitos.

En Caracas casi no hubo reporte de pastelitos, mientras que en Maracaibo los pastelitos parecen ser tan o más importantes que los tequeños. Los productos comprados para el día a día son de tamaño mediano, mientras que los utilizados para las fiestas son más pequeños y suelen denominarse en diminutivo “tequeñitos”, “empanaditas”.

“Los tequeños no se guardan. Para una cena, yo me como como cinco, mi esposo siete y el bebé tres. Yo los hago contados, según eso”.

“Yo trabajo todo el día fuera, soy trabajadora social. Tengo turnos de 12 horas. En la mañana saco los tequeños y los frío y me llevo tres”

La compra de estos productos “cotidianos” se hace conjuntamente con otros alimentos de la dieta regular. Es importante recordar que los hábitos de compra han cambiado en los últimos años, y mientras que antes lo normal era una gran compra quincenal o mensual en cadenas de supermercados, hoy en día lo más común son compras “focalizadas”: ciertos productos se compran en supermercados, otros en abastos, otros en carnicerías, otros en bodegones, etc. Sea como sea, los pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz generalmente forman parte de otra compra más grande: algunos participantes los compran en supermercados junto con los productos secos, otros los compran en panaderías junto con el pan, otros en queseras junto con la charcutería, etc. Lo que vale la pena señalar es que los participantes que usan los pasapalos regularmente no se desplazan especialmente a comprarlos.

Durante el último año, la compra parece haberse trasladado a locales cercanos a casa, en parte debido a las dificultades para ir al supermercado (combustible, restricciones de la pandemia) y en parte debido a que la oferta en los supermercados se ha ido reduciendo. Eso favorece la compra en locales cercanos al hogar, y de alguna manera también incentiva los emprendimientos y artesanales.

“Antes uno los compraba en supermercados. Ahora por factor combustible en Venezuela uno compra cerca de casa”

“Ahora no es como antes, que ibas a pasear al supermercado. Ahora vas puntual, a lo que tienes que comprar, con una lista. Priorizas otra cosa”

“Los supermercados han dejado de ofrecerlos, porque ahora se venden menos, es más difícil llegar, hay menos dinero y se les terminan dañando. Entonces uno los compra en otros sitios”

Como veremos más adelante en la sección de consumo, estos productos suelen estar presentes en las neveras de los consumidores para dar variedad a las comidas, especialmente al desayuno.

Luego existen productos que son comprados preferentemente para fiestas y reuniones, y en cantidades que varían de acuerdo al número de invitados. En ese grupo están los tequeños más pequeños, las empanaditas y (como referencia, aunque nadie dijo hacerlo) las arepitas.

“...de desayuno hablo de tequeños normales, no de tequeñitos”

Los productos más exóticos, como las minipizzas o las mandocas, son comprados en muy raras ocasiones y dependen de la oferta del local y de una compra impulsiva.

En todos estos productos, la apariencia es fundamental para que haya compra. Aunque la fecha de vencimiento es importante y siempre es revisada, lo más relevante son las condiciones de conservación del producto. Razones que bloquean la compra son las siguientes:

- Empaques rotos o dañados
- Productos aplastados o deformados (fue mencionado con mucha más frecuencia en las ciudades del interior, posiblemente porque allí sea más frecuente, debido a problemas en el traslado)
- Marcas de quemadura por frío
- Puntos blancos en la masa
- Masa de apariencia aguada, reblandecida o sudada

Cuando se detectan problemas de conservación en un producto, lo más común es trasladarse a otro dentro de la misma categoría. Es decir, por ejemplo: si los tequeños lucen mal, el consumidor compraría Masa Fácil.

La compra se vería favorecida por un empaque robusto y bien sellado, suficientemente sólido para evitar las quemaduras por frío. En las dos ciudades del interior fue particularmente subrayada la necesidad de separadores que mantengan las masas despegadas. Nuevamente creemos que se debe a dificultades de traslado y conservación de los productos.

“Había algunas marcas que con el frío del congelador se quemaban, y con esos mal aspecto no los compro”

“Tiene que estar bien sellado, tener un buen empaque, porque si está en nevera y le entra frío, se cuartea la masa”

“Que tengas separador: porque si no, se pegan todos y tú puedes llegar a perder la mitad del paquete y tienes que estarlos armando de nuevo”

“Mi mamá compra la Masa Fácil porque trae separador y no se pega”

Las exigencias sobre el empaque se han hecho mayores con la pandemia, para aislar los productos del virus:

“Por la pandemia, buscamos algo más protegido”

Hay tantos productos de emprendimiento y artesanales que el respaldo de la marca parece ser de mucha menor importancia. Es decir, entre una marca conocida y que luzca mal y una marca nueva que luzca bien, el comprador preferiría esta última.

“Antes estos eran productos artesanales, hechos a mano. Ahora es que le ponen marca. Los promociones por Instagram”

3.- Razones de Compra

Para los consumidores que han incorporado estos productos a su dieta regular, la principal razón de compra es la practicidad (en la compra y la conservación, pero principalmente en la cocción). Su intención es dar variedad a las comidas, especialmente con el fin de mantener interesados a los niños. En familias de más edad, estas razones van perdiendo importancia.

“Cuando tienes niños, tienes que estar pendiente de ofrecerles cosas que los mantengan interesados”

“Si ya la persona es mayor, sí tiene que estar más pendiente del colesterol, de la sal. Hay que cuidarse más”

Es este sentido, los pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz compiten con ventaja con todos los productos que puedan ofrecerse para desayunos o meriendas: sánduches, arepas, cachapas, galletas, panquecas, etc. Son más fáciles de preparar que cualquiera de esas opciones y son también más atractivos y sabrosos.

“Es más rápido. No tienes que estar amasando o yendo a la panadería a comprar pan, o mezclando para las panquecas”

Aunque casi nadie los considera productos saludables (sobre todo porque generalmente se comen fritos) son indudablemente sabrosos y la presencia de proteínas (queso, carne, pollo) pueden hacerlos ver como una comida nutritiva.

4.- Razones de No Compra

No hay rechazo hacia los pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz. Entre 45 participantes, una sólo persona dijo que no le gustaban. Todos los demás los comen rara vez, pero no los rechazan.

“Son prácticos, pero no les veo ninguna otra ventaja”

Lo notable es que el grupo de No Compradores no ve los pasapalos como productos de consumo cotidiano. En ellos prevalece la idea de que, aunque pueden comerse de vez en cuando en casa, son alimentos para fiestas que no pueden sustituir las comidas caseras. Muchos participantes de este grupo, especialmente mujeres, no concuerdan con la idea de que un sánduche o una arepa son equivalentes a un tequeño.

“Pasapalo es para fiestas. Para pasar el palo”

“No alimenta como un almuerzo o una cena”

“Sirven para darse un gusto. Un capricho para los niños”

En los grupos de No Compradores se observaron tres patrones, ninguno de los cuales es de rechazo:

- a) Habían sido compradores y dejaron de serlo por razones económicas o por cambios de hábitos ligado a la pandemia: Las personas de este grupo con frecuencia pasaron a elaborar estos productos en casa, especialmente desde que inició a pandemia y hay más tiempo libre, menos dinero y restricciones para salir.

“Los pasapalos no son prioridad. Con lo que se va a gastar en un paquete de pasapalos se puede adquirir otro producto que rinda más: la carne, el aceite, la harina. En lugar de gastar en ese paquetito pequeño que no vas a quedar bien”

“Ahora uno tiene tiempo de levantarse tranquilo, hacer una arepa grandota y llevársela”

“Antes que tener éxito en el trabajo, yo elijo tener éxito con mi hija. Cuando yo trabajaba, me levantaba a las tres de la mañana para prepararle esas cosas a mi hija en lugar de comprarlas”

- b) Habían sido compradores y dejaron de serlo por razones de salud: Por ellos mismos o por prescripción médica redujeron el consumo de alimentos fritos o procesados.

“El médico nos dijo que le bajáramos dos a las frituras”

- c) Son compradores muy ocasionales que prefieren mantener regulado el consumo, por razones de salud o convicciones, pero que de todos modos gustan de estos productos, los disfrutaban en fiestas y ocasionalmente los preparan o compran para la casa.

“Es dañino para la salud. Lo cocinas en aceite y tiene harinas”

“Si me ofrecieran una opción vegana, con masas como remolacha, zanahoria, para niños, más nutritivos... yo sí me animaría”

“Las cosas no hacen daño, sino lo que daña es el exceso”

Los No Compradores tienen la percepción de que quienes compran estos productos son personas bien acomodadas, con muy poco tiempo disponible y poco cuidadosos de su salud, seguramente jóvenes, posiblemente inexpertos en la cocina (hombres que viven solos, madres recientes, etc).

“A mí me parece que son personas pudientes, porque con esta situación...”

“Son personas que necesitan ser prácticas, que no tienen tiempo”

“Son personas obesas. Con masa corporal”

“Deben tener el colesterol por las nubes”

“Es muy difícil dañar los pasapalos congelados. Tienes que ser muy mala cocinera para que te queden feos”

La principal diferencia que perciben entre ellos mismos (No Compradores) y los Compradores es la falta de dinero. Como no se observó rechazo hacia estos productos, esto podría significar que de mejorar la situación económica, los actuales No Compradores pasarían a comprar con más frecuencia.

Otras diferencias importantes tienen que ver con las prioridades y el estilo de vida. Es común que las No Compradoras se enorgullezcan de que ellas mismas amasan y congelan sus pastelitos, o que estén orgullosas de dar comidas caseras y variadas a sus familias. En los grupos de Compradores, por el contrario, son reiteradas las referencias a practicidad, velocidad, ahorro de tiempo, etc.

Como nota adicional hay que destacar que no hay uniformidad sobre las ventajas económicas de usar pasapalos congelados con base de harina de trigo o maíz. Muchos Compradores señalaron que son muy económicos, y eso constituye un punto a favor, mientras que entre los No Compradores la economía es una barrera. Sin duda, esto se relaciona con la marca y el canal donde se compran (fue común reportar que cuestan entre 1 y 3 dólares), pero también puede tener que ver con el tamaño de la familia y las características del ingreso. Para una familia numerosa puede ser más económico comprar el queso y la harina y prepararlos en casa, mientras que para una familia pequeña con ingresos constantes, tres dólares no representan una gran inversión.

5.- Canales de Compra

Todos estos productos compiten lado a lado y en los mismos canales. Esto quiere decir que, por ejemplo, en las neveras se conseguirán los tequeños compitiendo con pastelitos, empanaditas y otros pasapalos congelados que no se basan en harina (bolitas de carne, papas fritas, etc). Por eso presentamos en esta sección el tema de los canales de compra, que aplica a todos estos productos.

Los grupos de Caracas mencionaron con más frecuencia hacer la compra en supermercados y canales formales, mientras que en Puerto La Cruz y Maracaibo fue mucho más frecuente comprar en lugares informales y decidirse por marcas de emprendimientos.

Estos emprendimientos pueden ser de personas individuales, de empresas incipientes o de negocios de otro tipo que expanden su oferta (por ejemplo, carnicerías, panaderías o panificadoras). En Maracaibo lo que se recogió con más frecuencia es que son negocios que quedan cerca de casa y a los cuales se llega caminando, mientras que en Puerto La Cruz vimos con una frecuencia relativamente mayor la venta por Instagram y otras redes sociales. El delivery puede existir o no, pero no suele ser una razón que motive la compra. La calidad y el precio son más importantes.

En Maracaibo se reportaron marcas propias de las cadenas de supermercados.

“Aquí se está usando mucho que se venden en la peluquería. Tú estás allí tres horas y entonces se usa mucho que te armas un combo con salsas...”

“Antes uno los compraba en supermercados. Ahora por factor combustible en Venezuela uno compra cerca de casa”

“Ahora no es como antes, que ibas a pasear al supermercado. Ahora vas puntual, a lo que tienes que comprar, con una lista. Priorizas otra cosa”

Hay opiniones encontradas sobre los productos artesanales. Para algunos participantes (especialmente de Maracaibo) son preferibles por precio y calidad y resultan muy bien valorados, mientras que en el resto del país es muy común recabar opiniones de que las versiones artesanales varían mucho en calidad, lo cual las hace poco confiables.

“En mi trabajo había una persona que todos los viernes llevaba tequeños y la gente los compraba y se los llevaba a los niños para resolverles las meriendas”

“De los artesanales o emprendimientos que yo conozco, los tequeños son muy chiquitos y finitos y no vale la pena comprarlos”

“A los artesanales les dan más amor”

“Yo creo que los artesanales a uno le recuerdan más a su casa”

6.- Evaluación de Marcas

Se reportaron más de treinta marcas diferentes de tequeños. Como cabe esperar, los grupos más productivos fueron los de consumidores, pero incluso en esos casos los participantes reportaban que existían otras marcas que habían probado, pero cuyos nombres no recordaban bien. También se dio el caso contrario: marcas cuyos nombres recordaban, pero no habían probado.

También en casi todos los grupos, especialmente los del interior, se hizo referencia a productos vendidos sin etiqueta o marca, y a los que se refieren con asociaciones como “el que se consigue en la carnicería” o “el que venden en la esquina. ***Todo esto revela lo fragmentado, variado y cambiante de la oferta.***

Para la mayoría de las marcas es imposible conseguir una imagen, ni siquiera borrosa. Se trata de productos que han visto o que han comprado alguna vez, y que no tienen ninguna característica definitoria. ***Esto subraya la poca fidelidad de marca del consumidor en esta categoría.***

Hemos intentado categorizar esta amplia oferta en cinco grupos de marcas:

- ② Tradicionales
- ② Emergentes
- ② Emprendimientos y marcas regionales
- ② Marcas propias
- ② Otras marcas

TRADICIONALES:

Marcas mencionadas en casi todos los grupos, sin un patrón apreciable y que son conocidas por los participantes desde hace mucho tiempo

K-T-DRA

Reportado en todos los grupos de todas las ciudades, edades y niveles socioeconómicos, no importa si son consumidores o no. Se asocia con casi todos los productos: tequeños, pastelitos, miniempanaditas, masa fácil y arepitas.

“Ellos tienen años. Pero años, años, años”

“Claro... ellos tienen arepitas. Ellos tienen de todo”



Es una marca muy bien evaluada. No se recogió ningún comentario negativo sobre ella, a excepción de su precio elevado, que mueve al consumidor hacia otras opciones. Todas las referencias a tradición o calidad suelen ser asociadas con ella. El logo se recuerda con claridad, en especial el color rojo y la figura del chef.

Sin embargo, no genera fidelidad de marca: son costosos y existen otras opciones en el anaquel.



MASA LISTA O MASA FÁCIL

Curiosamente es vista como un tipo de producto, pero **también como una marca**. Esto puede deberse a que en varios de los casos en el empaque no se aprecia bien el nombre de la productora, sino sólo el nombre del producto (Masa Lista o Masa Fácil), como puede verse en los ejemplos de la izquierda.



“Masa Fácil es una marca. Que trae los discos con separadores”

EMERGENTES:

Marcas mencionadas con frecuencia, que no son tradicionales, pero llevan un tiempo en el mercado y con cobertura relativamente amplia. Más consolidados que un “emprendimiento”.



TEQUECHONGOS

Mencionado con frecuencia y en todas las ciudades, pero sobre todo en Caracas. Se asocia a tequeños, especialmente en versiones fuera de lo común: chocolate, nutella, guayaba, etc.



LAS TÍAS

Mencionado nada más en Caracas y relacionado con tequeños artesanales y de sabores originales.



PRACTIMASA

Mencionada en Maracaibo y asociada con Masa Lista y tequeños.



TEQUELISTOS

Reportado en Caracas en el grupo de menor nivel socioeconómico. Marca asociada exclusivamente con tequeños.



Tequesabroso

Mencionado una vez en Caracas, en el grupo de mayor edad y asociado, curiosamente, con miniempanadas.



El Zulia

Reportado en Caracas. Sólo se recuerda haberla visto sin que haya más información al respecto. Se asocia a tequeños.

EMPRESARIOS Y MARCAS REGIONALES:

Marcas que sólo fueron mencionadas en una ciudad, relacionadas con un local físico en específico o que hacen venta directa por redes sociales y pueden o no tener delivery

SALSA Y MORDISCO



Muy mencionado en Maracaibo, sobre todo en el grupo de más edad y menor nivel social. Se referían a ella con entusiasmo. Parece ser un restaurant de comida rápida que ofrece estos productos congelados para preparar en casa. Las salsas que sirven como acompañamiento son un fuerte.

Se asocia a mandocas, pasteles, empanaditas y tequeños.

DELICIOUS



Mencionado en Puerto La Cruz y asociado con tequeños, miniempanadas, pastelitos y tequeños de maíz.

En todo el estudio fue la única asociación que hubo con tequeños de maíz congelados.

“Aquí en Puerto La Cruz es lo que más se ve”

MISTER TEQUEÑO



Comida a domicilio de Puerto La Cruz. Asociado a tequeños.

CARPE DIEM



Fueron mencionados por un solo grupo de Puerto La Cruz, pero se habló de ellos con entusiasmo. Son tequeños y pastelitos gourmet.

TequeReal



Mencionado en Caracas y asociado con tequeños. Parece ser una marca de venta directa por MercadoLibre.

Maracaibo ToGo



Tequeños con combinaciones exóticas vendidos por redes sociales.

MARCAS PROPIAS:

Productos que son vendidos en cadenas de supermercados, bajo el paraguas del nombre de la cadena



Excelsior Gama

Recordada por los grupos de Caracas y asociado con Masa Fácil y miniempanaditas.



De Cándido, Enne

Aunque los participantes estén muy claros al respecto, parecen existir cadenas de supermercados en Maracaibo que tienen tequeños de marcas propias. Se mencionaron De Cándido y Enne.



ACUARIOS

Reportados como una panificadora y conocido por varios participantes, los productos Acuarios parecen referirse a esta nueva cadena.

Asociados sobre todo con pastelitos, pero también con tequeños y masa fácil.



FRESH MARKET

Cadena de carnicerías de Maracaibo. Al parecer venden tequeños y pastelitos de marca propia.

OTRAS MARCAS:

Mencionadas muy rara vez y sobre las cuales los participantes no tenían una imagen clara

Acuario, La Granja, El Zuliano, Todolisto, El Dulce Toque de un Ángel, PizzaCola, La Cacerola, La Unión, TequeñoMil, Kadro, Don Masitas, DeliMasa, TequeYoyos, Scooby Doo, Tío Simón, Monserrat, Facilita

El consumidor aprecia el esfuerzo que están haciendo algunas marcas artesanales o emprendimientos para mejorar su imagen, estar en más lugares u ofrecer propuestas innovadoras. También los compara en precio con las marcas tradicionales y percibe que son una mejor inversión.

“Antes estos eran productos artesanales, hechos a mano. Ahora es que le ponen marca. Los promociones por Instagram”

“A los artesanales les dan más amor”

“Yo creo que los artesanales a uno le recuerdan más a su casa”

“Tienen los mismos gramos de queso para todos los tequeños. Están pesados”

Por otro lado, **la calidad de los productos elaborados por emprendimientos es irregular**, igual que su presencia en el mercado, y eso puede llevar al consumidor a abandonar no sólo la marca, sino la categoría.

“Me decepcioné. No a todas las marcas le quedan igual. He dejado de consumirlos”

Los productos artesanales o de emprendimientos están definitivamente asociados a innovación, sobre todo en los rellenos, pero también en la masa, la presentación y los acompañantes.

“Yo aquí te he visto hasta tequeños de plátano”

“Lo bueno de Carpe Diem es que hacen cosas originales. No son los tequeños de siempre”

“Los tequeños que yo compro también me ofrecen una salsa”

El delivery no constituye un driver de compra y muy rara vez fue mencionado.

7.- Evaluación de Atributos

Se les pidió a los participantes que dijeran qué cosas son importantes a la hora de comprar pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz. Cada grupo elaboró una lista de atributos con los cuales se confeccionó una encuesta online, que les era enviada a través del chat del grupo y que debían llenar durante la sesión. La encuesta se llenaba ordenando los atributos desde el más importante (al cual se asignaba el número 1) hasta el menos importante (al cual se asignaba el número más alto). Esto implica que los valores más bajos significan una importancia mayor.

Como puede verse en el cuadro de la página siguiente, la variedad de rellenos fue el único atributo mencionado en todos los grupos, y luego hubo tres atributos que surgieron en cinco de los seis grupos (la calidad, la cantidad de relleno y tener un buen empaque / diseño). Otras características importantes son el precio y la calidad de la masa (mencionados cada uno por cuatro grupos). Atributos mencionados con menos frecuencia fueron la variedad de empaques y que se mantengan frescos (lo cual también está relacionado con la calidad del empaque).

Estudiaremos en más detalle los cuatro atributos más mencionados y más importantes.

- e **Variedad:** Siendo que son productos en cierta manera hedónicos o lúdicos, es bien valorado poder contar con variedad, especialmente de sabores, aunque también de tamaños y de presentaciones. Aunque en esta categoría hay productos que no son rellenos (arepitas, Masa Fácil, mandocas), el referente mental siempre es el tequeño, por eso el atributo más frecuente se vincula a exigencias sobre la variedad del relleno.



- e **Calidad:** Como hemos dicho antes, la calidad de un pasapalo congelado a base de harina de trigo o maíz puede ser evaluada en diferentes puntos de contacto. A la hora de comprarlo en el anaquel es relevante que el empaque no esté deteriorado y que el producto no muestre marcas de quemadura por frío, que no tenga puntos blancos o que no esté reblandecido o “sudado”. Al probarlo, debe tener buena relación masa-relleno, debe ser gustoso y la masa tienen que ser consistente, compacta, firme. Nunca debe desbaratarse al freír. Como los participantes cambian de marca y utilizan productos artesanales o de emprendimiento, es importante poder evaluar la calidad incluso si no se tiene experiencia previa con la marca.

- e **Cantidad de relleno:** Es lo que le da sabor al producto, habla de la calidad de la marca y definitivamente incide en la recompra. Sin embargo, la cantidad de relleno no debe ser tanta que se derrame o explote al freír.



- @ **Buen empaque / diseño:** Dado que es un producto congelado, es importante que el empaque permita mantenerlo en buen estado de conservación, especialmente en lo tocante a las quemaduras por frío. El empaque también debe proteger al producto de ser deformado o aplastado, y es deseable que permita que se separen fácilmente las unidades. Adicionalmente, debe ser atractivo y tener información completa.

A la hora de ordenarlos, **los atributos de calidad del producto y de cualidades del relleno (variedad, cantidad) ocupan lugares principales.** Resalta el hecho de que el atributo de precio se ubica en posición relativamente baja, lo cual concuerda con que los grupos de consumidores usualmente mencionen que estos productos resultan económicos.

	Caracas Cons 25-35 D+	Caracas Cons 36-45 C+	Maracaibo Cons 25-35 C+	Maracaibo Cons 36-45 D+	Puerto La Cruz Cons 25-35 D+	Puerto La Cruz Cons 36-45 C+	N. DE GRUPOS DONDE SE MENCIONÓ	PROMEDIO PONDERADO
Que sea de calidad							5	1,4
Que tenga sabor / Buen sabor							2	3,3
Que tenga buen relleno / mucho relleno							5	3,6
Que sean de un tamaño adecuado							2	4,3
Que tenga disponibilidad							1	4,3
Que se mantengan frescos							3	4,3
Que tenga buen empaque / diseño							5	4,3
Que la masa sea compacta / resistente / fina							4	4,7
Que tenga variedad de rellenos							6	5,0
Que tenga variedad de empaques / distintas unidades							3	5,2
Que tenga fecha de vencimiento							1	5,3
Que tenga un buen precio							4	5,6
Que tenga variedad de tamaños							1	5,7
Que sea fácil de separar / tenga separadores							2	6,0
Que tenga publicidad							1	6,4
Que sea una marca de tradición							1	6,5
Que tenga Registro Sanitario							1	6,9
Que traigan salsas							1	7,4

(Los atributos están ordenados de acuerdo al promedio de importancia asignado por los participantes. Se resaltan en gris los atributos mencionados por mayor número de grupos)

8.- Hábitos de Consumo

Entre los consumidores, **los pasapalos suelen estar en casa, en la nevera**. Incluso los participantes llegaron a mostrar paquetes durante la discusión. Este comportamiento parece ser muy común en familias pequeñas con hijos. Como son utilizados para darle variedad a las comidas, especialmente al desayuno, su consumo se alterna con productos como arepas, pan, panquecas y cachapas.

“Mi chamo que es de tan mal comer, yo le frío unos tequeños en la mañana y nunca me los deja”

En la nevera, los pasapalos duran poco tiempo porque pierden rápidamente sus propiedades: se acidifican, se queman, pierden flexibilidad. Muchos participantes los mantienen refrigerados y no congelados, lo cual les da una vida útil de no más de una semana.

“Tú los compras y tienes de tres a cinco días para usarlos”

Independientemente del tipo de pasapalo, lo usual es descongelarlo antes de prepararlo.

“Hay que sacarlos y descongelarlos. Si se frien directo, quedan aguados”

Aunque más adelante veremos en detalle cada producto de esta categoría, en general los productos con los cuales compiten se acercan más a los típicos de un desayuno que a los de una fiesta: pan, panquecas, arepas, cachapas, empanadas, etc. Esto subraya el hallazgo de que la categoría está siendo usada dentro de casa como desayuno, merienda o cena ligera.

De igual forma se observa la alternancia de productos dentro de esta categoría: los tequeños pueden sustituirse con los pastelitos o la masa fácil con tequeños.

Detallemos ahora algunos elementos resaltantes de los hábitos de consumo de cada producto.



1.1.- Tequeños

Al mencionar tequeños, la primera asociación es con celebraciones, reuniones, fiestas. Y por lo mismo, con alegría y afecto. En parte debido a esto tienen una connotación definitivamente positiva.

“En una celebración, si hay una torta, tienen que haber tequeños”

“Si en la boda no hay tequeños, se divorcia la gente”

“No hay sustituto para el tequeño en una fiesta”



A pesar de esta vinculación con celebraciones, como hemos dicho antes, el tequeño está ocupando espacios importantes en la comida cotidiana, especialmente en el desayuno, pero también en las meriendas e incluso en las cenas.

“Combinan con cualquier tipo de ocasión. Si no tiene qué comer, los preparas. Si tienes una fiesta, ahí tienes los tequeños”

“Antes uno se levantaba de madrugada: el bolso, el niño, el colegio. Y agarraba eso, lo preparaba y listo”

Lo usan las madres para darle variedad a las comidas de los niños, pero también fue muy reportado por los hombres solteros, que viven solos o que preparan sus propias comidas. Suelen alternarlo con el consumo de pasteles / pastelitos.

“Yo antes los compraba mucho, los tenía en la nevera y me los preparaba antes de salir. Pero después me cansé de ellos”

El modo de preparación casi exclusivo es frito en aceite. Aunque todos saben que pueden prepararlos de otra forma (al horno, a la plancha o con freidora de aire), el producto resulta menos crujiente y sabroso.

“En el horno saben bien. Pero como yo soy más chatarrera con los tequeños, yo los hago fritos”

“Si no son fritos, no se les ve la magia”

“A la plancha. Pones la llama bajita y quedan espectaculares”

En el día a día no suelen acompañarse de salsas. Por ejemplo, si se usan como desayuno o como cena ligera. Las salsas se usan cuando hay más tiempo. Las más mencionadas fueron maíz y ajo, usualmente de la marca Fritz. Para reuniones y fiestas, sí parece común que los tequeñitos se coman con salsa.

Algunas marcas artesanales presentan el valor agregado de entregar salsas junto con los tequeños, lo cual es muy valorado. De igual manera, algunos grupos de Compradores sugirieron las salsas como un beneficio adicional.

“Sería bueno que te trajeran una salsa”

“Algunos de los que uno ve en Instagram vienen con salsas y todo”

Los tequeños están asociados a refresco, y se acompañan así cuando se consumen en fiestas, como merienda o como cena. En el desayuno suelen consumirse con café. Cuando se usan como comida (desayuno, merienda o cena) no se acompañan de ningún otro alimento.

Al hablar de tequeños, siempre se refieren a harina de trigo. No se reportaron tequeños de harina de maíz.

“Yo los compraría si fueran de harina de maíz, porque me parecen más saludables”

1.2.- Masa Fácil

Normalmente se usa para preparar empanadas, que normalmente son fritas. Y estas empanadas generalmente van rellenas de queso blanco rallado. Debido al tamaño de los discos de masa, suelen ser grandes como para consumirlas como pasapalos, y es normal destinarlas al consumo en el hogar, principalmente durante el desayuno.

“Te compras un paquetico de Masa Fácil de 50, y medio kilo de queso y ahí tienes una comida”

En ocasiones un poco más especiales pueden rellenarse con otra proteína, como pollo o carne. Usualmente se fríen, como todos los otros productos de esta categoría. Así resultan más rápidas, gustosas y crujientes. En el día a día no suelen acompañarse de salsas, en parte porque son un producto que puede ser llevado para comer en el camino o con la lonchera.

A pesar de que su versatilidad es mencionada como su principal ventaja, no se reportó que se haga nada con ellos, fuera de las empanadas. Una referencia muy común es que pueden usarse tostadas y dulces para hacer torrijas, aunque no parece una preparación muy frecuente.



1.3.- Pastelitos

El consumo de pastelitos tiene características muy similares al de tequeños: suelen sustituir comidas ligeras (desayuno, merienda, cena), en casa se comen frecuentemente sin salsas, son acompañados de refresco (menos en el desayuno), son fritos, etc. Lo diferenciador en los pastelitos es la tendencia a alternar sus rellenos: a veces se compran de queso, otras de carne, etc. Hay que recordar que la mayor cantidad de referencias de consumo vienen de Maracaibo.

“Aquí se consiguen con muchos rellenos: carne, pollo, papas, queso, mezcla de esas cosas”



No se asocian con fiestas: son productos del día a día. En Maracaibo son la típica “bala fría”, que sustituye a una comida formal cuando no hay tiempo o uno está en la ruta. Generalmente parecen comerse sin salsas, aunque las salsas les vayan bien.

Se comen solos, no se acompañan de otros alimentos.

1.4.- Empanaditas



Las empanadas de tamaño normal son un producto para el día a día, pero las empanaditas, que son más pequeñas, están asociadas con fiestas. Sin embargo son muy poco reportadas. Los participantes referían haberlas visto en fiestas grandes y de otras personas, nadie dijo haberlas comprado y usado directamente. Si presentaran empanaditas en su propia fiesta, las harían por sí mismos, lo cual es demasiado trabajo y suele llevarlos a tomar otras opciones.

Aunque saben que pueden haber empanadas de trigo y de maíz, al hablar de empanaditas los participantes suelen referirse a masa de maíz.

La ventaja de estas empanaditas de fiesta es que permiten rellenos originales como camarones o alimentos picantes. Los más familiarizados con esta idea parecían ser los participantes de Caracas.

Indudablemente, las miniempanadas o empanaditas, al ser consumidas en fiestas, se acompañarían con alcohol. También se asocian al uso de salsas.

1.5.- Arepitas Congeladas



Como hemos dicho antes, nadie reportó haberlas comprado ni usado, y muy pocas personas dijeron haberlas visto.

Debido a su tamaño, son asociadas con fiestas, pero nadie dijo haberlas usado en una fiesta.

“Yo las he visto en fiestas, pero fue que la gente las preparó”

“Yo nunca he visto arepas congeladas”

Sin duda, se freirían, aunque no queda claro cómo se utilizarían. Los participantes no tienen una idea clara de si serían rellenas, con salsas, con untables. En general, parece que hay productos más atractivos para fiestas y en el día a día, comerían arepas normales preparadas en casa.

1.6.- Otros (Minipizzas, Mandocas, Lumpias, Minicachapitas)



Las minipizzas son usadas por los jóvenes para ocasiones especiales, de reuniones informales que no llegan a ser fiestas y que no parecen involucrar el consumo de alcohol. Aunque el producto fue poco mencionado, cuando lo hizo se le asoció con reuniones infantiles o con tardes de cine. Se consumiría con refrescos. Se calientan en el horno, sin más intervención.

“Las pizzas congeladas para una tarde de películas están bien”

“No hay que hacerles nada: las sacas, las calientas y te las comes”

No hubo detalles sobre cómo se consumirían las lumpias ni las minicachapitas, que fueron mencionadas una sola vez.

Las mandocas congeladas fueron mencionadas con una frecuencia un tanto mayor, especialmente en Maracaibo. Su consumo se asocia con el desayuno. No llevan salsas y estarían acompañadas con café. Sin duda, se preparan fritas.

“Mandocas congeladas he visto a veces. Se consiguen poco. Pero no me acuerdo bien”

“Parece que en este grupo yo soy el único que ha probado las mandocas congeladas”

9.- Beneficios de los Pasapalos Congelados a Base de Harina de Trigo o Maíz

A todos los participantes, tanto Consumidores como No Consumidores, se les pidió que listaran los beneficios que encuentran en la categoría pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz. La lista resultó bastante similar para los diferentes grupos de edad, ciudad, nivel socioeconómico o consumo. Resultan tres categorías bastante definidas:

- ② En el lugar más preponderante, **beneficios que se asocian a hedonismo y placer**, siendo el beneficio “Felicidad / Alegría” mencionado en todos los grupos, y habiéndose mencionado en ocho de los nueve grupos los beneficios “Satisfacción / Complacencia” y “Tranquilidad / Alivio”. También podemos contar aquí “Placer / Bienestar” (mencionado en cuatro grupos).
- ② En segundo lugar, una categoría de **atributos asociados con practicidad, facilidad, rapidez**, etc. Allí destacan “Practicidad / Facilitan la Vida” (mencionado en siete grupos) y “Ahorran Tiempo / Facilidad” (mencionado en seis grupos) y “Rapidez” (mencionado en cuatro grupos) y “Sacan de Apuros / Comodidad” (tres grupos)
- ② En tercer lugar se presenta una categoría que recoge **beneficios de asociados a sociabilidad y rasgos culturales**, como “Unión / Compartir” (tres grupos), “Tradición / Nostalgia” (tres grupos) y tal vez “Gratitud” (dos grupos).

La categoría de Sabor es muy importante aunque tenga un solo beneficio (“Sabrosos / Gusto / Buen sabor”) siendo mencionada en seis grupos.

Hay quienes los asocian con Alimentación o Energía. Los grupos del nivel socioeconómico más alto tendieron a considerarlos económicos.

En resumen, los pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz aportan alegría, placer, satisfacción y alivio de un antojo. Son prácticos, fáciles y rápidos de preparar y cómodos. Llaman a la unión, la tradición y la diversión. Dan energía y son económicos.

A continuación el detalle de la producción de los grupos, destacando frecuencia e importancia.

	Caracas Cons 25-35 D+	Caracas Cons 36-45 C+	Caracas No Cons 30-40 C-D	Maracaibo Cons 25-35 C+	Maracaibo Cons 36-45 D+	Maracaibo No Cons 30-40 C y D	Puerto La Cruz Cons 25-35 D+	Puerto La Cruz Cons 36-45 C+	Puerto La Cruz No Cons 30-40 C-D	N. DE GRUPOS DONDE SE MENCIONÓ	PROMEDIO PONDERADO
Placer / Gusto / Bienestar										4	2,7
Satisfacción / Complacencia										8	3,4
Felicidad / Algría										9	3,7
Relajación / descanso										1	4,1
Realización										1	4,2
Practicidad / Facilitan la vida										7	4,5
Economía / Mejor Costo										2	4,5
Sabrosos / Gusto / Buen Sabor										6	4,7
Seguridad										1	4,7
Energía / Entusiasmo / Motivación										3	4,8
Ahorran Tiempo / Facilidad										6	5,0
Tranquilidad / Alivio / Premio / Calmar Ansiedad										8	5,0
Alimentan										1	5,3
Rapidez										4	5,3
Sacan de Apuros / Comodidad										3	5,5
Diversión / No aburren / Sacan de la Rutina										3	5,6
Unión / Compartir										3	6,6
Prestigio										1	6,7
Tradición / Nostalgia de casa										3	6,8
Variedad										2	7,1
Gratitud										2	7,5
Son para todos / Para todo momento										2	7,6
Creatividad										1	7,8

(Los beneficios están ordenados de acuerdo al promedio de importancia asignado por los participantes. Se resaltan en gris los atributos mencionados por mayor número de grupos)

10.- Conclusiones

El tequeño fue siempre el pasapalo mencionado en primer lugar, reconocido por más personas, más consumido y preferido. Generalmente le sigue la Masa Fácil. Los pasteles / pastelitos, las empanaditas y las arepitas suelen ser mencionados.

Otros alimentos mencionados como pasapalos fueron los Nuggets, papas fritas, mandocas, bolitas de queso, bolitas de carne, mariscos, cachapitas, minipizzas, tortillas de maíz y lumpias. No hay conocimiento de los tequeños de harina de maíz ni los palitos de maíz dulce.

Los beneficios más importantes de estos productos se asocian a practicidad. También se mencionan el buen sabor, el placer, la variedad en las comidas, etc. Los grupos de consumidores suelen considerarlos económicos. Casi siempre son vistos como poco saludables y poco nutritivos.

La categoría de pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz surgió espontáneamente en todos los grupos y, con algunas diferencias, suele incluir los tequeños, la Masa Fácil, las miniempanadas, las arepitas, los pasteles / pastelitos y productos menos comunes como mandocas, cachapitas y lumpias. Luego, esta subcategoría se divide según dos criterios:

- Productos que son a base de harina de trigo vs productos a base de harina de maíz
- Productos rellenos vs no rellenos

En los grupos de consumidores, el comportamiento más frecuente es alternar entre dos o tres productos de la categoría, generalmente los tequeños y la Masa Fácil, con la compra ocasional de pastelitos. No van específicamente a comprarlos ni lo hacen previendo una ocasión especial, sino que generalmente se incorpora uno de estos productos en alguna compra de frecuencia quincenal, junto con otros productos del mercado habitual. El tamaño de los empaques varía de acuerdo al tamaño de la familia y las ocasiones previstas (se compra más si hay alguna reunión, por ejemplo). En el caso de los tequeños, el precio usual es de 1 dólar por 20 unidades y 5 dólares para los empaques más grandes. Los precios de otros productos son similares.

Usualmente se compran pasapalos congelados salados (tequeños, arepitas, pastelitos, etc), pero ocasionalmente se compran versiones dulces, especialmente de tequeños (como chocolate, nutella o guayaba). Independientemente del producto, el relleno más común es queso blanco. En el caso de pastelitos también se compra carne, pollo, papas, etc. y en el caso de los tequeños hay jamón, jamón con queso, tocineta, etc. Los pastelitos son mucho más reportados en Maracaibo.

Los canales de compra son muy diversos: incluyen supermercados de cadena, independientes, abastos, panaderías, charcuterías, carnicerías y en mucha menor medida, canales informales (compañeros de trabajo, casas de familia cercanas, redes sociales o tiendas que hacen delivery).

En los grupos de no consumidores, las principales razones para no comprar estos productos son motivos económicos (son considerados costosos) y razones de salud (son poco nutritivos y hasta dañinos). Sólo una persona indicó rechazarlos. Todos los demás los comerían ocasionalmente y con moderación. Algunos no consumidores preparan a mano estos productos en casa (especialmente pastelitos).

Se recogieron alrededor de cuarenta marcas diferentes de pasapalos, que hemos clasificado en cinco categorías:

- ④ Tradicionales (K-T-DRA y Masa Lista, que no es una marca, pero suele ser mencionada como tal)
- ④ Emergentes (Tequechongos, Las Tías, Tequelistos, Tequesabroso, etc)
- ④ Emprendimientos (Salsa y Mordisco, Delicious, Carpe Diem, etc)
- ④ Marcas propias (en especial Excelsior Gama, Super Fresh Market, Acuarios)
- ④ Otras marcas (de las cuales los participantes tenían poca o ninguna información, más allá de haber visto alguna vez los productos en los refrigeradores)

La principal referencia es K-T-DRA, que tiene productos muy variados, de calidad muy constante, buenos empaques, pero precios más elevados. Los emprendimientos están asociados con mayor variedad de rellenos y propuestas más innovadoras (por ejemplo, ofrecer salsas).

Cuando los participantes desarrollaron los atributos relevantes en un pasapalo congelado a base de harina de trigo o maíz, se revelaron cuatro dimensiones importantes:

- ④ Variedad: especialmente de rellenos, pero también de tamaños y unidades por empaque
- ④ Calidad: empaques no deteriorados, productos sin marcas de quemaduras o puntos blancos, buena relación masa-relleno, masa consistente, que no se abra o desbarate, etc
- ④ Cantidad de relleno: abundante como para sentirlo, pero no demasiado como para que se derrame al freírlo.
- ④ Buen empaque / diseño: empaque que proteja el producto de las quemaduras de frío, de ser aplastado o deformado, con separadores que permitan aislar las unidades.

Un hallazgo importante de este estudio es que los pasapalos congelados suelen ser comprados con regularidad, y es común tenerlos en casa para resolver una merienda o una cena ligera, o variar la comida del desayuno. Por eso los productos con los cuales se reemplazarían son pan, arepas, cachapas, etc. Los pasapalos poco tiempo en la nevera porque suelen perder sus propiedades. Usualmente se acompañan de refresco. Si son consumidos en el desayuno, se usa café.

Por supuesto, existe una fuerte vinculación de los pasapalos con reuniones y fiestas, y en esos contextos se reemplazarían con otras botanas: pan con salsas, snacks empacados, etc. Se acompañan de bebidas alcohólicas

Para todos los productos de esta categoría, el modo de preparación preferido es fritos en aceite. Gusta mucho acompañarlos con salsas, aunque en el día a día no se hace. Cuando ocurre, las más comunes son ajo y maíz.

Todos los miembros de la familia comen estos productos.

Los beneficios más importantes de los pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz son:

- ④ Los asociados a hedonismo y placer, como “Felicidad / Alegría”, Satisfacción / Complacencia”, “Tranquilidad / Alivio” y “Placer / Bienestar”.

- ② Los relacionados con practicidad, entre ellos “Practicidad / Facilitan la Vida”, “Ahorran Tiempo / Facilidad”, “Rapidez”, “Sacan de Apuros / Comodidad”
- ② Los vinculados con sociabilidad y cultura, como “Unión / Compartir”, “Tradición / Nostalgia” y “Gratitud”
- ② Los que hablan del sabor, “Sabrosos / Gusto / Buen Sabor”

En resumen, los pasapalos congelados a base de harina de trigo o maíz aportan alegría, placer, satisfacción y alivio de un antojo. Son prácticos, fáciles y rápidos de preparar, y cómodos. Se asocian a unión, la tradición y la diversión. Es importante que sean de calidad, tengan variedad (reellenos, número de unidades), buen empaque y buena cantidad de relleno.

Son comprados regularmente (especialmente Masa Lista y tequeños) y suelen estar disponibles en casa para ser empleados en desayunos, meriendas y cenas ligeras, además de su uso obligado en fiestas. Toda la familia los come y los disfruta. Nadie los rechaza. Las razones para no consumirlos son salud y economía.