

Reporte de chocolates Pascua de Resurrección

Marzo de 2024



CONTENIDO

Introducción:	3
Marco referencial: técnico y legal	4
Metodología:	8
Resultados:	9
Hallazgos y Conclusiones.....	17
Recomendaciones:	19



Introducción:

El chocolate es un producto que disfruta de una alta demanda durante todo el año. No obstante, se observa un notable incremento en las ventas durante la Pascua de Resurrección, período en el que aproximadamente el 10% de su consumo anual se concentra¹. Por tanto, resulta fundamental realizar un análisis detallado de este fenómeno antes de la llegada de esta fecha clave. La infinidad de tipos de chocolates, la presencia de sucedáneos, las diferencias en las proporciones de manteca de cacao, pasta de cacao y sus sustitutos de distintas calidades, subraya la necesidad de una comparación detallada que proporcione información concreta al consumidor. Este reporte busca proporcionar dicha información para facilitar las decisiones informadas sobre su consumo.

Además de la importancia comercial y cultural del chocolate durante la temporada de Pascua de Resurrección, es fundamental abordar este análisis desde una perspectiva del consumidor. El chocolate, aunque es un alimento disfrutado por personas de todas las edades, presenta variaciones significativas en su composición que pueden impactar de manera diferente a diversos grupos de consumidores. Por ejemplo, el chocolate con alto contenido de azúcares y grasas saturadas puede ser de particular preocupación para personas con condiciones de salud preexistentes como diabetes, obesidad y enfermedades cardiovasculares. La creciente conciencia sobre la importancia de dietas saludables y el impacto del consumo de azúcar en la salud exige un análisis detallado de estos productos, especialmente cuando están dirigidos a un público amplio que incluye a niños y adultos mayores, quienes pueden ser más vulnerables a estos riesgos. Por lo mismo, el reporte pretende indagar sobre la tendencia de consumo de productos más saludables y cómo el mercado de chocolates de Pascua está respondiendo a esta demanda. La evaluación de alternativas más saludables, como chocolates con mayor porcentaje de cacao y menos azúcares añadidos, permitirá ofrecer recomendaciones al consumidor que buscan equilibrar la tradición y el placer con el cuidado de la salud.

Este trabajo busca realizar un análisis comparativo de los distintos formatos de chocolates que se expenden previo a la Pascua de Resurrección con temáticas de la festividad, como pollos, gallinas, conejos, zanahorias y huevos, en proveedores del tipo retail y tiendas especializadas, respecto a precios y composición nutricional, para así identificar las principales diferencias de los diversos productos de chocolate alusivos a la Pascua de Resurrección. A través de la recopilación y análisis de datos, se pretende identificar posibles tendencias relacionadas con precios y proponer recomendaciones al consumidor basadas en los hallazgos. Este enfoque integral permite no solo entender el comportamiento del mercado durante una de las temporadas más importantes para el consumo de chocolate, sino también contribuir a una elección más informada y saludable por parte de los consumidores.

¹ Fuente: Página Web Diario El Mostrador. Publicado con fecha: 30.03.2023. Recuperado de: <https://www.elmostrador.cl/revista-jengibre/2023/03/30/chile-es-uno-de-los-paises-que-mas-consume-chocolate-en-latinoamerica>



Marco referencial: técnico y legal

Origen del chocolate:

Un estudio reciente revela que el origen del chocolate se remonta a vestigios de cacao encontrados en fragmentos de cerámica que datan entre los años 1.100 y 800 a.c en Puerto Escondido (Honduras). Inicialmente se utilizaban sus vainas para producir cerveza lo que les permitía fermentar y fabricar bebidas alcohólicas, descartando las semillas². Alrededor de 300 años después, las semillas fermentadas se empezaron a utilizar para preparar una bebida no alcohólica, que era de sabor amargo, pero aun así muy apreciada¹.

Los exploradores españoles llevaron el chocolate a Europa en el siglo XVI, pero las barras de chocolate modernas como se conocen en la actualidad surgieron en EE. UU. en 1894¹.

¿Qué es el chocolate?

La definición técnica de chocolate es un alimento elaborado a partir de las semillas tostadas y molidas de la planta del cacao, también llamadas habas de cacao, que se fermentan, se secan y luego se tuestan. Una vez tostadas, se les quita la cáscara y se dejan las pepitas, que se muelen hasta obtener una pasta llamada licor de chocolate. Se utiliza de muchas maneras, como en dulces, productos horneados y chocolate caliente³.

Desde un punto de vista legal, la definición de qué es el chocolate y sus sucedáneos, se establece en el Reglamento Sanitario de los Alimentos, específicamente en los artículos 398 y 399. Según el artículo 398, el chocolate se define como un producto homogéneo resultante de un adecuado proceso de fabricación a partir de materias primas de cacao, que puede ser combinado con productos lácteos, azúcares y/o edulcorantes, emulsificadores y/o saborizantes. Es importante que contenga como mínimo un 20% de sólidos de cacao, de los cuales al menos un 18% debe ser manteca de cacao. Además, se permite la inclusión de hasta un 40% del peso total del producto terminado de otros ingredientes alimenticios.

Por otro lado, el artículo 399 define los sucedáneos de chocolate como aquellos productos en los que la manteca de cacao ha sido reemplazada, en su totalidad o en parte, por grasas de origen vegetal, pero que aun así contienen los demás ingredientes típicos del chocolate. Estos productos deben contener un mínimo de un 4% de sólidos no grasos de cacao y su nivel de humedad no debe superar el 3%. Para los sucedáneos de chocolate de leche, se requiere un mínimo de un 12% de sólidos de leche desgrasados, mientras que, para el chocolate blanco sucedáneo, se necesita un mínimo de un 4% de manteca de cacao. En el etiquetado de estos sucedáneos debe destacarse claramente la frase “sabor a chocolate”.

Segmentación de los productos del chocolate:

En función de los tipos de producto, el mercado se segmenta en:

² Fuente: Página Web National Geographic. Publicado con fecha: 9/08/2028. Recuperado de: <https://www.ngenespanol.com/fotografia/origen-del-chocolate/>

³ Fuente: Pagina Web Informes Expertos. Informe: “Mercado Global de Chocolate - Por Producto (Chocolate Negro, Chocolate con Leche, Chocolate Blanco, Otros); Por Categoría (Puro, Compuesto); Por Canal de Distribución (Supermercados e Hipermercados, Tiendas de Conveniencia, En Línea, Otros); Por Región (América del Norte, Europa, Asia Pacífico, América Latina y Medio Oriente y África); Dinámica del Mercado (2024-2032) y Panorama Competitivo”. Fecha de publicación: Sin fecha. Recuperado de: <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-chocolate>



- Chocolate Negro.
- Chocolate con Leche.
- Chocolate Blanco.

En cuanto al tipo de producto, el chocolate con leche es el más popular, seguido del negro y el blanco, ya que presenta un inventario de chocolates sabrosos con sabores diversificados y son fáciles de conseguir en todo el mundo. Sin embargo, existe una tendencia creciente hacia el consumo de chocolate negro debido a sus beneficios percibidos para la salud, como su alto contenido en antioxidantes y su menor contenido en azúcar⁴.

¿Cómo se define la calidad de un chocolate?

Existe una gran cantidad de tipos de chocolate hoy en día, en el comercio se puede encontrar todo tipo de calidades de chocolates, para todos los gustos y bolsillos. El porcentaje de cacao no es suficiente para conocer su calidad de los chocolates. Es importante conocer la procedencia y la calidad del cacao con el que fue elaborado. La Organización Internacional del Cacao (ICCO por sus siglas en inglés), distingue entre dos amplias categorías de cacao en grano: cacao en grano "fino o de aroma" y cacao en grano "comercial" u "ordinario". El grano de cacao fino crece principalmente en países de Sudamérica, como Brasil, Costa Rica, Jamaica o Madagascar⁵.

Por lo anterior, uno de los aspectos complejos de entender es el porcentaje del cacao, el que determina cuánto cacao tiene un chocolate en función de otros ingredientes del cacao: como masa y manteca (entre otros). En simple, el porcentaje de cacao en un chocolate es la suma de todos los ingredientes que proceden del cacao. Por ejemplo, en una tableta que etiqueta 70% de cacao podrían distribuirse en: 10gr de manteca de cacao, 60gr pasta de cacao y 30gr de azúcar su porcentaje final es la suma de la manteca más la pasta que es 70%. Los chocolates que tienen un 80% o 70% cacao son de los que más cacao tienen o mejor pureza poseen, ya que casi no están mezclados con otros ingredientes. Además de tomar en cuenta el porcentaje, también debes de prestar mucha atención a la calidad de este⁶.

Los chocolates que tienen un 80% o 70% cacao son de los que más cacao tienen o mejor pureza poseen, ya que casi no están mezclados con otros ingredientes. Además de tomar en cuenta el porcentaje, también debes de prestar mucha atención a la calidad de este.

Lo anterior significa que puedes tener un 70% de cacao, pero si la pasta de cacao es de baja calidad, entonces de nada sirve tener un alto porcentaje⁷. La calidad de la pasta de cacao depende de la variedad del cacao, condiciones de cultivo, fermentación, secado y fabricación.

La pasta de cacao de baja calidad puede tener varias características negativas, como un sabor más amargo. Astringente o ácido, debido a la presencia de algunos compuestos como ácidos grasos libres y polifenoles. Además, puede contener impurezas fragmentos de cascaras u otros que afectan su sabor y calidad. Independientemente del sinfín de variedades de chocolates que podamos encontrarlos, todos, van a venir definidos por el contenido en cacao y otros componentes que contengan, así tendremos básicamente 3 tipos de chocolate: negro, con leche y blanco. De

⁴ Fuente: Página Web EMR. Informes de Expertos. Publicado con fecha: 2023. Recuperado de: <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-chocolate>

⁵ Fuente: Página Web Diario Abierto 20 minutos. Publicado con fecha: 21/10/2022. Recuperado de: <https://www.20minutos.es/gastronomia/productos/trucos-saber-chocolate-calidad-5069854>

⁶ Fuente: Página Web Lua Chocolate. Publicado con fecha: 27/12/2021. Recuperado de: <https://www.luachocolate.cl/blogs/news/que-significa-el-porcentaje-de-cacao-en-los-chocolates>

⁷ Fuente: Reglamento Sanitario de los Alimentos. Ministerio de Salud Chile. Artículo N°398.

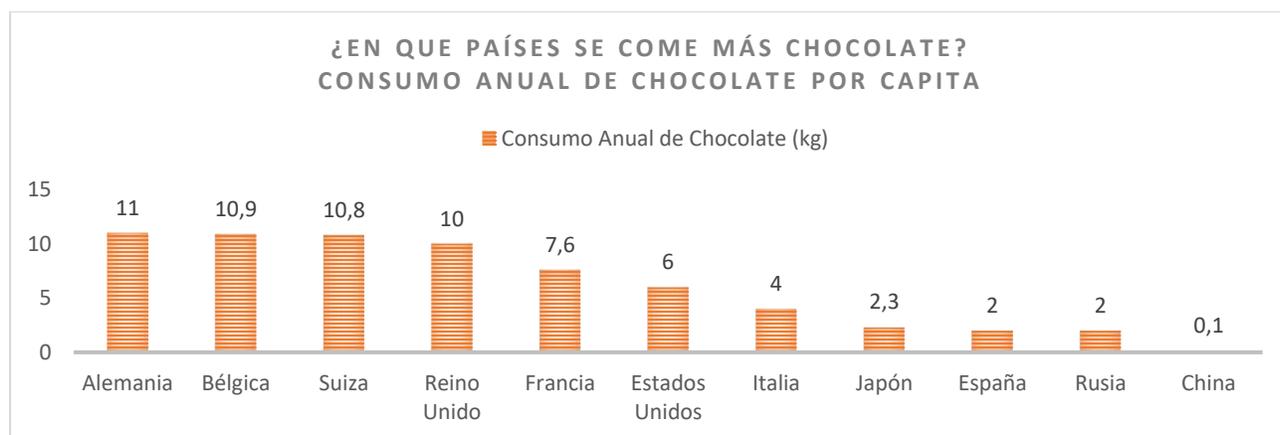


los tres, el chocolate negro contendrá mayor contenido en cacao, pero no hay que equivocarse, hablamos de contenido en cacao, no de contenido en PASTA de cacao. Para eso es posible hacerse una idea leyendo adecuadamente el etiquetado del producto⁸.

En ocasiones se les agrega cacao desgravado en polvo, que es un producto con bajo contenido en manteca de cacao, por lo que se obtiene un producto con “alto porcentaje en cacao” sin aumentar el “porcentaje de pasta de cacao”, a mucho menor precio. Incluir cacao desgrasado en polvo ya nos puede indicar que se trate de un cacao de menor Calidad.

Datos de consumo y comercio exterior mundial:

El chocolate es un producto altamente consumido alrededor del mundo, el consumo es liderado por Alemania con 11,0 Kg, Bélgica 10,9 Kg y Suiza 10,8 kg con anual per cápita⁹. En los dos primeros casos coinciden con los países que a su vez más exportan Alemania 1.008,7 millones de toneladas y Bélgica, con 594,3 millones de toneladas¹⁰.



Fuente: Statista, 2016.

En nuestra región, Chile es el país latinoamericano de mayor consumo por persona, con un promedio de 2,1 kg per cápita, muy por delante del segundo, Brasil, que alcanza 1,3 kg per cápita. Este consumo tiene sus peaks estacionales, como lo es Pascua o Semana Santa, donde el comercio entero se vuelca a celebrar esta festividad, que representa el 10% de los ingresos totales de la industria chocolatera durante el año en Chile¹¹.

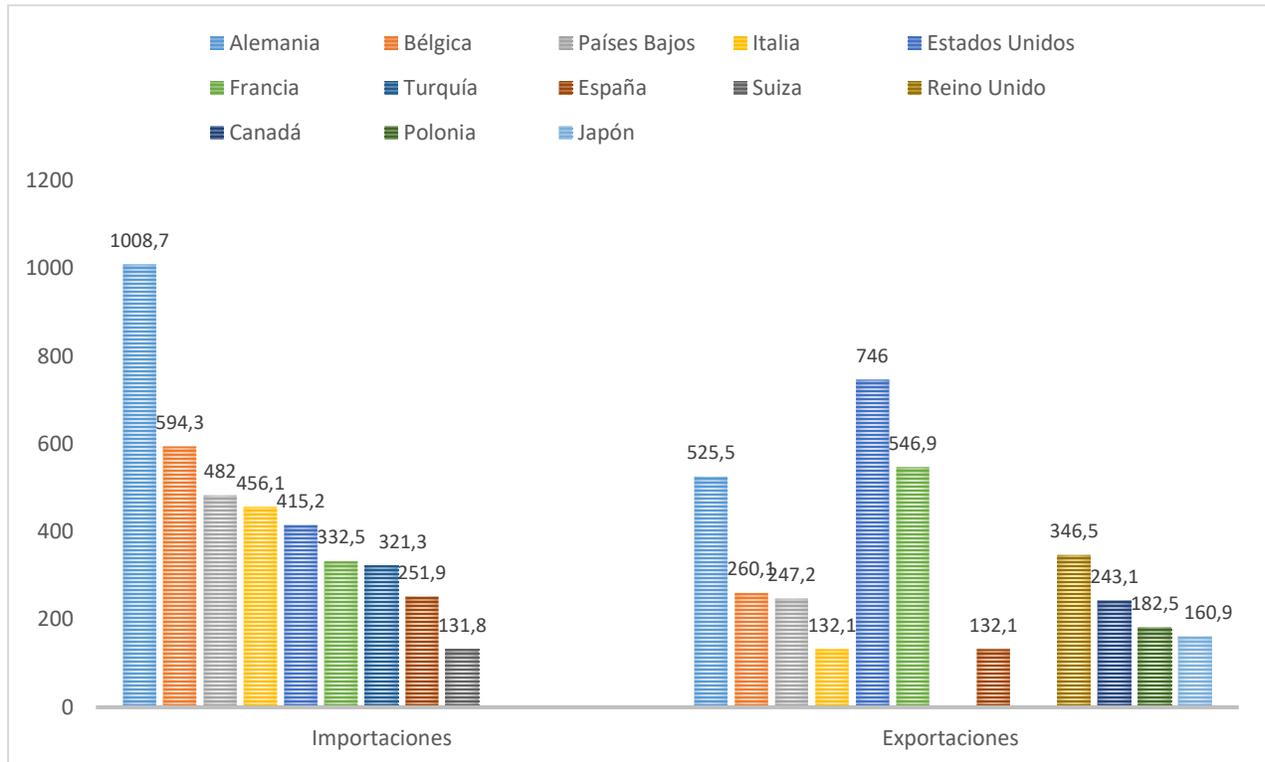
⁸ Fuente: El Chocolate del Loro. Publicado con fecha: Sin fecha. Recuperado de: <https://elchocolatedelloro.es/chocolate-de-calidad-aprende-a-diferenciarlo/#:~:text=Es%20un%20producto%20con%20bajo,un%20cacao%20de%20menor%20calidad.>

⁹ Fuente: Página Web Statista. Publicado con fecha: 1.11.2016. Recuperado de: <https://es.statista.com/grafico/6525/que-paises-consumen-mas-chocolate/>

¹⁰ Fuente: Página Web Statista. Publicado con fecha: 6.07.2023. Recuperado de: <https://es.statista.com/grafico/25259/principales-exportadores-e-importadores-de-chocolate-y-alimentos-que-contienen-cacao/>

¹¹ Fuente: Página Web Diario El Mostrador. Publicado con fecha: 30.03.2023. Recuperado de: <https://www.elmostrador.cl/revista-jengibre/2023/03/30/chile-es-uno-de-los-paises-que-mas-consume-chocolate-en-latinoamerica/>





Fuente: Statista, 2022.



Metodología:

Este estudio adoptó un enfoque cuantitativo descriptivo para analizar una amplia gama de establecimientos que comercializan chocolates, incluyendo tiendas de retail, supermercados y tiendas especializadas. Se seleccionaron 12 establecimientos para integrar la muestra, desglosados en 1 distribuidora, 2 tiendas de retail, 4 supermercados y 5 tiendas especializadas. La selección se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, enfocándose en obtener un espectro representativo de puntos de venta.

La recopilación de datos se llevó a cabo a través de técnicas de webscraping y de manera manual, ajustándose a la disponibilidad y accesibilidad de la información en las páginas web de cada proveedor. Este proceso se centró en extraer detalles sobre el rotulado, la información nutricional, los ingredientes, los formatos, el contenido neto y los precios de los distintos productos de chocolate ofrecidos. El análisis de los datos recopilados se orientó de forma comparativa, con especial atención en la frecuencia, presencia y posición de los ingredientes, además de un examen detallado de los precios. Para garantizar la uniformidad y comparabilidad de los datos, se consideraron exclusivamente los precios estándar, excluyendo promociones o descuentos específicos por tarjetahabiente.

Cabe señalar que la recopilación de datos se desarrolló entre el 6 y el 13 de marzo de 2024, etapa crucial para el levantamiento de la información, que permitió capturar un panorama actualizado del mercado de chocolates. No obstante, el estudio enfrentó ciertas limitaciones, tales como la exclusión de proveedores con páginas web incompatibles con técnicas de webscraping y la necesidad de corregir errores en el registro de información, lo cual implicó verificar datos directamente con los fabricantes, distribuidores o importadores. Estas consideraciones fueron esenciales para asegurar la calidad y la precisión de los resultados obtenidos.

Resultados:

Caracterización de la Muestra

Este estudio se centró en una muestra diversa de productos de chocolate disponibles en el mercado con temática de Pascua de resurrección, abarcando distintos tipos y marcas distribuidos por una variedad de proveedores. La muestra comprendió un total de 199 productos, recopilados de 12 proveedores diferentes, incluyendo supermercados, tiendas especializadas y plataformas de retail en línea. Estos proveedores fueron seleccionados mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, con el objetivo de capturar un espectro representativo de puntos de venta en el mercado de chocolates

La distribución de los productos analizados reveló una predominancia de "Huevitos" (171 productos), seguidos por "Conejitos" (19), "Zanahoria" y "Mix" (4 cada uno), y "Monedas" (1). Esta distribución refleja una clara preferencia de mercado o tradición en torno a ciertos tipos de productos de chocolate, especialmente los "Huevitos", que son ampliamente ofrecidos por los distintos proveedores.

En cuanto a los proveedores, "Jumbo" destacó como el mayor distribuidor con 71 productos en su inventario, seguido de cerca por "Santa Isabel" y "Confitería la Mundial", cada uno con 37 productos. La diversidad de proveedores en la muestra indica un mercado competitivo y diverso, con una amplia gama de opciones disponibles para los consumidores.

El análisis de los ingredientes principales de los productos de chocolate demostró una variedad en las preferencias de los consumidores, con una presencia significativa de chocolate "negro" (55 productos) y "de leche" (59 productos contando ambas variantes de nomenclatura), así como "chocolate" sin especificar (69 productos). También se observó una menor presencia de "chocolate blanco" (9 productos) y productos "surtidos" (5 productos). Este espectro de ingredientes sugiere una búsqueda por parte de los consumidores de experiencias variadas y gustos específicos en productos de chocolate.

La muestra presentó una amplia gama de precios, desde \$808 hasta \$61,900 pesos chilenos, con un precio medio de \$5,446. Esta variabilidad indica la presencia de estrategias de precios diversificadas, probablemente influenciadas por la marca, el tipo de producto, su calidad y su presentación. La existencia de productos con precios elevados sugiere también la presencia de una segmentación de mercado que incluye opciones premium para un segmento de consumidores dispuestos a pagar más por productos de chocolate de alta calidad o con características especiales.

Análisis del precio por unidad de medida (PPUM):

En alimentos para poder comparar precios con una base de cálculo similar se utiliza el precio por unidad de medida (PPUM), que es el precio por 100 gramos de producto.

Cabe destacar que el PPUM, sólo considera las variables de precio y peso pero no la calidad, ni proporción de los ingredientes de los alimentos.

La tabla N°1 evidencia que el PPUM promedio más bajo es para las zanahorias (\$3.392), seguido por huevitos (\$3.316), monedas (\$3.702), conejitos (\$3.696) y mix de productos (\$4.121).

Si se considera el rango de movimiento de precios (PPUM Mín. y PPUM Máx.) por tipo de producto, se puede observar que la mayor diferencia se da en huevitos (\$8.601), luego mix (\$5.679), zanahorias (\$5.370) y por último para los conejitos (\$3.825). Lo anterior se explica por la cantidad de productos de cada categoría y por la diversidad de las formulaciones de ingredientes de cada una de ellas.

Tabla N°1: Precio por unidad de medida (PPUM) por tipo de producto.

Tipo de producto	N° de Productos	Precio por unidad de medida (PPUM)			
		Mínimo	Máximo	Diferencia (máx.-min)	Promedio
Conejitos	19	2.333	6.158	3.825	3.696
Macizo	16	2.333	6.158	3.825	3.756
Relleno	3	3.271	3.595	324	3.379
Huevitos	171	764	9.365	8.601	3.316
Hueco	2	4.327	4.725	398	4.526
Macizo	102	801	9.365	8.564	3.368
Relleno	67	764	8.500	7.736	3.200
Mix	4	1.764	7.443	5.679	4.121
Macizo	3	1.764	7.443	5.679	4.442
Macizo/Hueco	1	3.160	3.160	0	3.160
Monedas	1	3.702	3.702	0	3.702
Macizo	1	3.702	3.702	0	3.702
Zanahoria	4	1.788	7.158	5.370	3.292
Macizo	4	1.788	7.158	5.370	3.292

Fuente: SERNAC, 2024.



Al hacer un análisis del PPUM promedio por tipo de producto y tipo de proveedor, se evidencia que las tiendas especializadas tienen los PPUM más altos, con \$6.586. Lo anterior, se explica porque las tiendas especializadas trabajan alguna combinación de estas características: producción más artesanal, con granos de origen o de buena calidad, procesos certificados y *blends* de cacao, que son mezclas de calidad que realizan para potenciar características físicas (puntos de fusión) y organolépticas del chocolate (sabor, color y olor).

Lo anterior, no significa que los chocolates llamados más comerciales (menor precios y más oferta) sean de mala calidad, sino que deben ser consumidos de manera restringida por su alto contenido de azúcar y presencia de otras materias grasas que no son de cacao, por lo que no tienen los mismos beneficios para la salud. De ahí radica la importancia de leer el etiquetado e ingredientes.

Tabla N°2: Precio promedio por unidad de medida (PPUM) por tipo de producto y tipo de proveedor.

Tipo de producto	Distribuidoras	Retail	Supermercados	Tiendas especializadas	Total general
Conejitos			3.697		3.697
Huevitos	1.873	2.721	3.173	6.561	3.316
Mix			4.121		4.121
Monedas			3.702		3.702
Zanahoria			2.003	7.158	3.292
PPUM por tipo de categoría	1.873	2.721	3.258	6.586	3.370

Fuente: SERNAC, 2024.

Relación entre la posición del cacao en el listado de ingredientes y el precio por unidad de medida (PPUM) promedio:

Respecto a la relación entre la posición del cacao en el listado de ingredientes y el precio por unidad de medida (PPUM), se puede evidenciar que cuando la manteca de cacao está en el primer y segundo lugar del listado de ingredientes, los productos tienen un PPUM promedio bastante superior que cuando la posición de la manteca de cacao está en las posiciones 3° a 12°.

Lo anterior, guarda relación que entre más ingredientes tengan este tipo de productos más alejados del chocolate como tal son y más cerca están de ser sucedáneos. Esto, porque las diversas materias de cacao tienen un precio mayor.

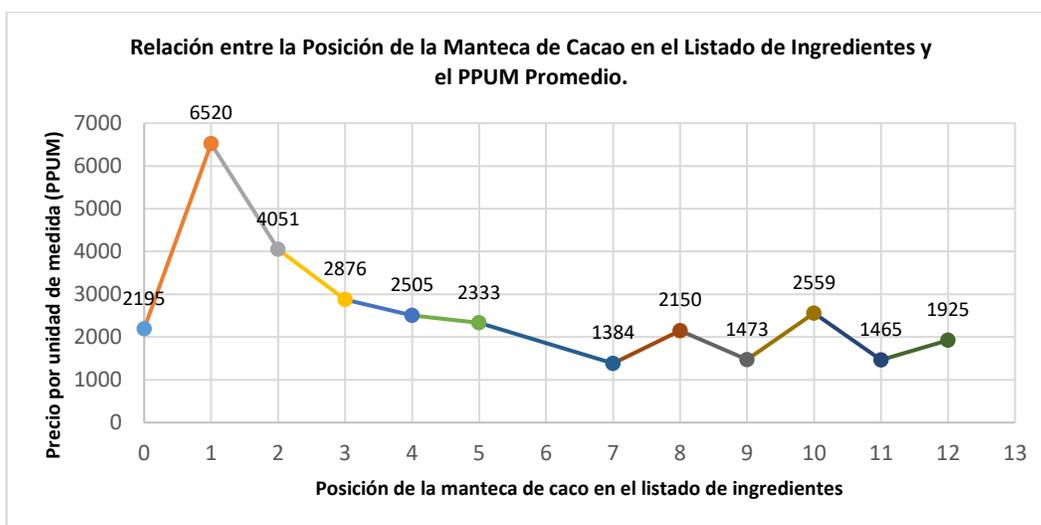


Tabla N°3: Relación entre la posición de la manteca de cacao en el listado de ingredientes y el PPUM promedio.

Posición manteca de cacao	Promedio de PPUM
0*	2.195
1	6.520
2	4.051
3	2.876
4	2.505
5	2.333
7	1.384
8	2.150
9	1.473
10	2.559
11	1.465
12	1.925

Fuente: SERNAC, 2024.

Fuente: SERNAC, 2024.* sin posición en etiqueta



Fuente: SERNAC, 2024.

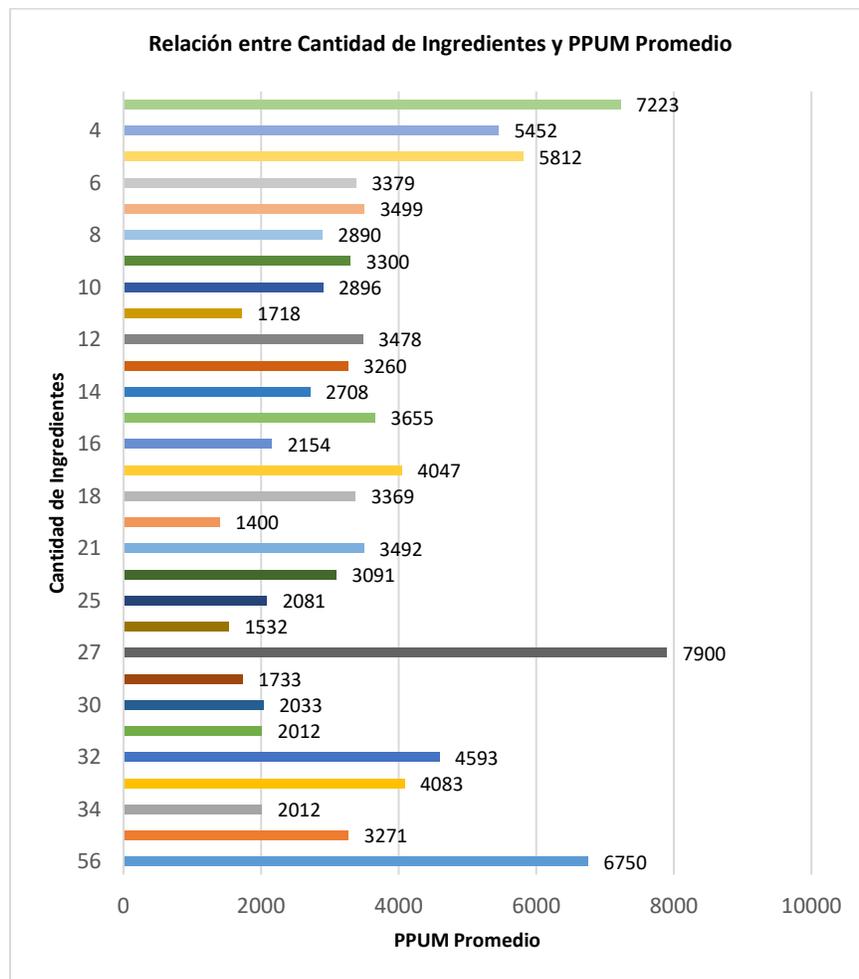
Relación entre el número de ingredientes y el precio por unidad de medida (PPUM) promedio:

Al intentar establecer una relación entre la cantidad de ingredientes y el PPUM promedio, se puede ver que existe una relación cuando la cantidad de ingredientes está entre 3 y 5, dado que son los precios más altos de la muestra, sin considerar un producto que tiene 27 ingredientes, que corresponde a huevitos rellenos marca La Fete. Por lo que la relación entre el número de ingredientes no es directa.

El resto de la muestra con ingredientes entre 6 y 56 se mueve en un rango de PPUM promedio entre \$3.379 y \$7.900.



Cabe destacar que el precio de un producto alimenticio no depende solamente de sus ingredientes, sino que también de otros factores como: marca, competidores, mercado, demanda, marketing, estacionalidad en el consumo, sensibilidad del precio, posibilidad de especulación y elasticidad, entre otros.



Fuente: SERNAC, 2024.



Relación entre el precio por unidad de medida (PPUM) promedio y el tipo de grasa:

Al intentar establecer una relación directa entre el precio y el tipo de grasa, no se pudo demostrar una relación directa. Lo anterior, porque el precio de un producto está definido por muchos factores. Sin embargo, se puede establecer cierta relación relativa puesto que mientras menos componentes grasos y con menos tratamientos (interesterificación, hidrogenación, fraccionado, etc.) más alto es su PPUM promedio.

Cabe destacar que estos tratamientos son realizados para que las grasas y aceites se comporten física, química y reológicamente igual que la manteca de cacao. Esto es que se funda en la boca, como lo haría un chocolate sólo con manteca de cacao.

Cabe señalar además que esto abre una pregunta a cuál es la relación entre el precio y la cantidad de grasas (saturadas, por ejemplo) presente en cada uno de los productos.

Tabla N°4: Tipo de grasas en relación al PPUM promedio.

Tipo de grasa/Mezclas de grasa	Promedio de PPUM
No tiene grasas de ningún tipo	7.460
Manteca de cacao, aceite refinado de almendra, grasa vegetal de coco, aceite de palmiste hidrogenado	6.750
Manteca de cacao, Grasa vegetal de palma fraccionada	5.899
Manteca de cacao, Grasa vegetal Fraccionada (Coco, Almendras De Palma), Manteca De Cacao	4.888
Manteca de cacao, mezcla de grasas y aceites (palma interesterificado y fraccionado), aceite de girasol alto oleico, soya totalmente hidrogenada y shea fraccionado))	4.725
Manteca de cacao	4.725
Manteca de cacao, Aceite vegetal fraccionado de shea, Aceite vegetal fraccionado de palma	4.601
Manteca de cacao, Grasa vegetal equivalente a manteca de cacao (aceite de palma fraccionado, aceite de shea fraccionado, aceite de girasol alto oleico interesterificado)	4.470
Manteca de cacao, mezcla de grasas y aceites (palma interesterificado y fraccionado, aceites de girasol alto oleico, soya totalmente hidrogenado y shea fraccionado)	4.181
Manteca de cacao, Grasa vegetal fraccionada e interesterificada de palma, Grasa vegetal fraccionada e interesterificada de shea, Grasa vegetal fraccionada e interesterificada de girasol alto oleico	3.870
Manteca de cacao, Grasa vegetal fraccionada e interesterificada de palma, Grasa vegetal fraccionada e interesterificada de shea, Grasa vegetal fraccionada e interesterificada de girasol alto oleico	3.705
Manteca de palmiste fraccionada e hidrogenada	3.398
Manteca de cacao, Aceite vegetal fraccionado de shea, Aceite vegetal fraccionado de palma	3.333
Manteca de cacao, Mezcla De Grasa vegetal Fraccionada E Interesterificada (Palma, Shea Y Girasol Alto Oleico)	3.271

NOTA: Extracto de las 15 mezclas de grasa con mayor PPUM promedio.

Fuente: SERNAC, 2024.



Aspectos críticos de rotulación:

Nombre producto, sellos “alto en” y nombre empresa:

Se consideraron tres aspectos críticos de rotulación: nombre producto, sellos “alto en” y nombre empresa. Lo anterior, en virtud de la información disponible y recopilada de manera on-line en la que se hizo el presente reporte.

Por lo anterior, se aclara que el reporte se hizo en base el principio de la buena fe, considerando que la información de los productos disponibles de manera on-line es fidedigna. Por lo tanto, se hace necesario aclarar que es de responsabilidad de cada proveedor la información dispuesta en las páginas Webs y bajo ninguna circunstancia es una forma de este servicio de certificar los productos que aquí se incluyeron.

Respecto al nombre del producto se detectaron 34 casos, en los que el nombre “chocolate” está mal asignado, dado que debió ser “chocolate sucedáneo”, ya que la manteca de cacao fue reemplazada totalmente, por lo tanto, el nombre no corresponde.

Tabla N°5: Distribución de cumplimiento de criterios críticos de rotulación.

Criterio	Cumplimiento		Incumplimiento	
	Número (N°)	Porcentaje (%)	Número (N°)	Porcentaje (%)
Nombre de producto	165	82,9%	34	17,1%
Nombre productos, sellos y nombre empresa.	199	100%	-	-

Fuente: SERNAC, 2024.

Ingredientes: Azúcar.

Se analizó la presencia de azúcar en el listado de ingredientes, en base a ello en un 95,4% (190 productos) tenían el azúcar como primer ingrediente, esto significa que es el ingrediente que más proporción tiene¹². Lo anterior refleja la importancia del consumo razonable de estos productos por su alto contenido de azúcar y calorías vacías que no aportan componentes beneficiosos para la salud.

¹² En un 2,5% (5 casos) la manteca de cacao es el primer ingrediente. En un 2,0% (4 casos) de la muestra no es azúcar, ni manteca de cacao el primer ingrediente.



Estudio de caso:

A partir de los resultados, es posible establecer un modelo de análisis de los chocolates, respecto a orden de los ingredientes, etiquetado y su relación con el precio del producto.

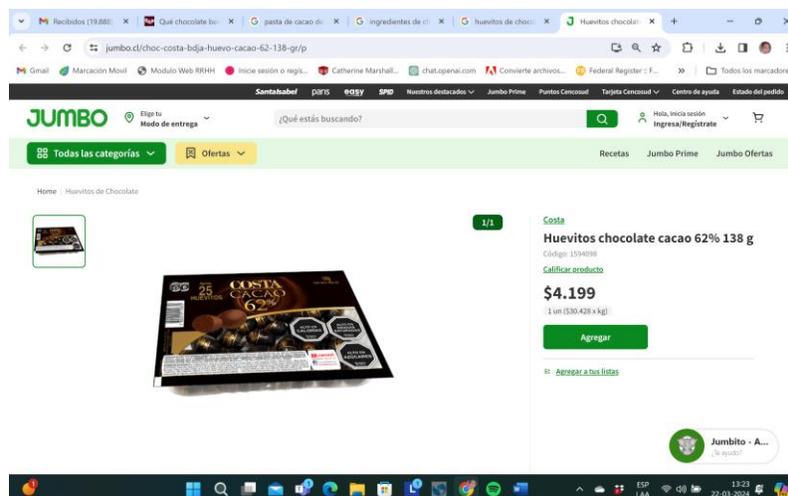
En este estudio de caso, se examinará la etiqueta de una bandeja de huevitos de chocolate marca Costa, centrándose en su contenido informativo y regulación del etiquetado alimentario.

- Huevos de chocolate: con 62% de cacao.
- Marca: Costa
- Contenido neto: 120 g
- Ingredientes: pasta de cacao, azúcar, manteca de cacao, emulsionante lecitina de soya y saborizante artificial.
- Sellos: Alto en calorías, alto en azúcares y alto en grasas saturadas.
- PPUM: \$3.499

Análisis:

El producto tiene bien asignado el nombre de chocolate, pues presenta manteca de cacao y otras materias como la pasta en los primeros lugares del listado de ingredientes. No obstante, el valor del porcentaje de cacao podría estar afecto a la composición de la pasta de cacao y no el de la manteca. Por lo mismo para confirmarlo se deberían, conocer los análisis de laboratorio adecuados que permitan conocer las características químicas de la pasta de cacao utilizada, así como la información de la empresa sobre el origen y características de dicha pasta.

Este producto no se incluyó en la muestra de estudio ya que no estaba disponible en la fecha en que se realizó en Webscraping.



Fuente: Página Web Supermercados Jumbo.



Hallazgos y Conclusiones

La información de estos productos disponible on-line debiera ser del mismo nivel y calidad que al acceder al producto en una compra física. La falta de información podría llevar a elegir equivocadamente un producto que puede generar efectos en la salud como alergias, entre otros.

Se detectó la presencia de productos con una gran cantidad de ingredientes, lo que implica que mientras más ingredientes tengan más ultra procesados son. Por el contrario, mientras menos ingredientes tengan más cerca están de la definición técnica y legal de chocolate (según RSA *“ARTÍCULO 398.- Chocolate es el producto homogéneo obtenido de un proceso de fabricación adecuado de materias de cacao que puede ser combinado con productos lácteos, azúcares y/o edulcorantes, emulsificadores y/o saborizantes. Debe contener como mínimo 20% de sólidos de cacao del cual, por lo menos 18% será manteca de cacao. Pueden agregarse hasta un límite de un 40% del peso total del producto terminado otros ingredientes alimenticios”*).

Sobre la rotulación del % de cacao: es una medida relativa de la calidad del chocolate, ya que determina cuánto cacao tiene un chocolate en función de otros ingredientes del cacao: como masa y manteca (entre otros), pero no refleja la calidad del grano del cacao (y por ende sus subproductos). No obstante, se identificaron productos (34) rotulados como chocolate pero debiendo ser rotulados como “sucedáneos de chocolate”, ya que la manteca de cacao fue reemplazada total o parcialmente por otro tipo de compuestos grasos.

Por otro lado la evidencia señala que los productos rellenos suelen contener productos tales como maní, almendra, avellana, nueces entre otros. Estos productos pueden generar reacciones alérgicas, por lo que se recomienda leer detalladamente los ingredientes para evitar riesgos.

Respecto a los aspectos nutricionales, en una gran proporción de los productos analizados, dentro de los tres primeros ingredientes se encuentra en azúcar, lo que implica que estos sean productos con alta densidad calorías, de lo que se llama “calorías vacías” que no tienen aporte de elementos beneficiosos, por lo que su consumo debe ser moderado.

También se detectaron varios productos con la presencia de trigo, por lo que se recomienda disponer de una advertencia más visible por los celíacos y alérgicos al gluten.

El supermercado Jumbo tiene en algunos casos la “condición alimentaria”, que se refiere a si el producto es: vegetariano; libre de huevo; libre de peces; libre de mariscos y crustáceos; y libre de sulfitos. Si bien esto se destaca como una buena práctica, puede llevar a confusión sobre que puede ser consumidos en condiciones de salud como: celiaquía, alergia al gluten u otras intolerancias no mencionadas.

Por último, existen productos libres de sellos, lo que no necesariamente implica que sean más sanos, pues los edulcorantes utilizados no necesariamente son los mejores. Cabe destacar que los edulcorantes tienen una Ingesta Diaria Admisible (IDA) esta se define como la cantidad máxima de un aditivo que se puede consumir sin dañar la salud. Por ejemplo, si se considera el caso del Ciclamato de Sodio, que tiene un IDA= 7 mg/kg de peso corporal al día, para determinar el consumo diario de una persona de 70 kilos, se debe multiplicar 70 Kg x 7 mg/Kg = 490 mg al día. No se recomienda su uso ilimitado sin tener claro qué cantidad se debe consumir diariamente.



Este estudio ha permitido identificar las características distintivas y tendencias de los productos de chocolate relacionados con la celebración de la Pascua de Resurrección, a través de un análisis detallado de la oferta, los precios y las marcas en el mercado. En lo que respecta a la oferta de productos, la mayor parte de la muestra analizada (85,9%) consiste en huevitos de chocolate, destacando que el 51,3% son macizos y el 33,7% son rellenos. Este predominio de los huevitos de chocolate subraya su popularidad y preferencia en el contexto de la Pascua de Resurrección.

La variabilidad en los precios de los productos refleja diferencias significativas según el tipo y características del producto. Los conejitos de chocolate presentan un precio por unidad de medida promedio (PPUM) que oscila entre \$2.333 y \$6.158, mientras que los huevitos varían de \$764 a \$9.365. Específicamente, los huevitos de chocolate macizo exhiben el rango más amplio de precios, de \$801 a \$9.365, seguidos por los huevitos rellenos con un PPUM promedio de \$764 a \$8.500.

No obstante, es necesario establecer la importancia de Influencia de la Marca y la Producción. Los productos de chocolate de tiendas especializadas tienden a tener precios más elevados en comparación con aquellos ofrecidos en supermercados y tiendas de retail. Esta diferencia se atribuye a características distintivas de las tiendas especializadas, como la producción artesanal, el uso de granos de cacao de origen o alta calidad, procesos certificados y la creación de blends de cacao para mejorar características específicas como el sabor, color y olor.

Los hallazgos de este estudio destacan la complejidad y dinamismo del mercado de chocolates de Pascua, revelando patrones de consumo y preferencias que van más allá de la simple elección de sabores o tipos. La comprensión de estas tendencias no solo es relevante para los consumidores sino también para los productores y distribuidores que buscan satisfacer y anticipar las necesidades del mercado con estrategias innovadoras y productos de calidad.

Recomendaciones:

Para poder escoger un buen chocolate considere los siguientes consejos:

- ✓ **Que se llame chocolate no significa que lo sea:** Lea los ingredientes, para que un chocolate se llame como tal y no sucedáneo que contener manteca de cacao y otras materias de cacao, y no debe contener sustitutos grasos. Si no tiene manteca de cacao, es un sucedáneo de chocolate o producto con sabor a chocolate.
- ✓ **Use sus sentidos para escoger un buen chocolate:**
 - **Vista:** El color es un buen indicador y nos orientara sobre si estamos ante un chocolate de calidad. Debe ser marrón oscuro, brillante y uniforme.
 - **Tacto:** Si tiene un contenido considerable de cacao, una tableta no debe fundirse con facilidad en nuestras manos (obviamente, esto una vez comprado).
 - **Olfato:** Los olores del chocolate nos pueden ayudar a identificar si es dulce o amargo y también los ingredientes que contiene (frutos secos, especias, vainilla, etc.). También nos permitirá conocer cómo ha sido su proceso de tostado: si se tuesta a más 120°C éste pierde su aroma.
- ✓ **Prefiera chocolates con ingredientes más naturales:** Esto es cacao y productos de cacao como: manteca, pasta, entre otros.
- ✓ **Cuando el primer ingrediente es azúcar:** consúmlalo de manera restringida, porque aporta calorías vacías que no tienen beneficios para la salud.
- ✓ **Compre en el comercio formal y exija su boleta,** esto supone garantía de calidad y le permite ejercer sus derechos en caso de tener problemas.
- ✓ **Nunca compre alimentos en el comercio informal:** Esto porque no sabe su origen, si están vencidos, cómo fueron almacenados o su etiqueta ha sido alterada.