

Reporte

CHOCOLATES DE PASCUA

MARZO 2024

www.sernac.cl



Contenido

- 03. Introducción
- 04. Objetivos
- 05. Metodología
- 06. Resultados
- 10. Conclusión y Hallazgos
- 12. Recomendaciones



Introducción

El chocolate es un producto altamente demandado a lo largo de todo el año, experimentando un significativo aumento en las ventas durante la celebración de la Pascua de Resurrección, con un incremento aproximado del 10%.

Dado que el chocolate exhibe una diversidad considerable en su composición, la cual puede influir de manera dispar en distintos segmentos de consumidores, este estudio se enfoca en realizar un análisis comparativo de los diferentes tipos de chocolate comercializados antes de la Pascua de Resurrección. Se llevará a cabo en proveedores minoristas y tiendas especializadas, evaluando tanto los precios como en sus ingredientes.



Objetivos

1

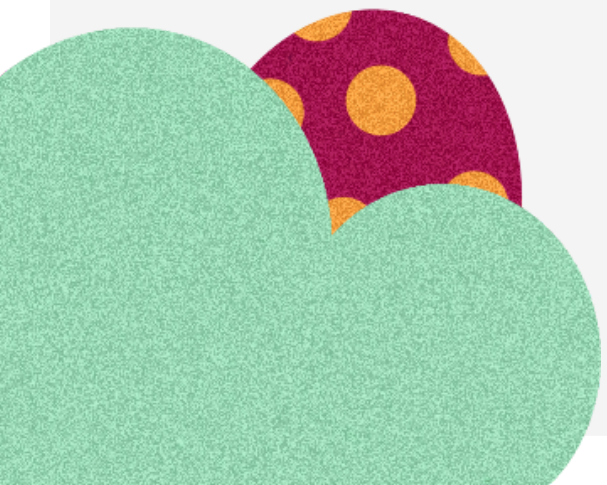
- Identificar las principales diferencias de los diversos productos de chocolate alusivos a la pascua de resurrección.

2

- Analizar los datos recopilados para identificar posibles tendencias, relacionadas con precios

3

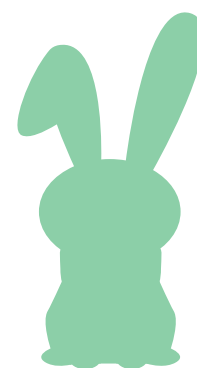
- Proponer recomendaciones al consumidor basados en los hallazgos



Metodología

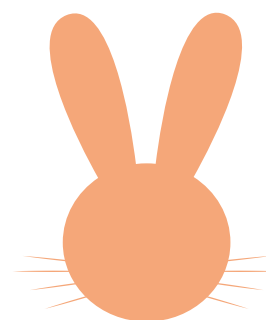
La recopilación de datos se desarrolló entre el 6 y el 13 de marzo de 2024.

La muestra comprendió un total de 199 productos



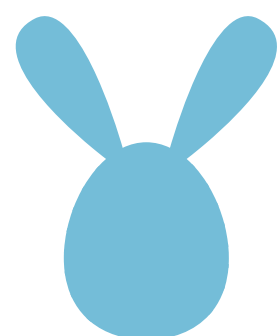
Universo

Se seleccionaron **12 establecimientos** para integrar la muestra, desglosados en **1 distribuidora, 2 tiendas de retail, 4 supermercados y 5 tiendas especializadas**



Tipo de Muestra

La selección se realizó mediante un **muestreo no probabilístico por conveniencia**, enfocándose en obtener un espectro representativo de puntos de venta.



Levantamiento de Información

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



Resultados:

Caracterización de la Muestra

Este estudio se centró en una muestra diversa que comprendió un **total de 199 productos**, recopilados de **12 proveedores** diferentes, incluyendo **supermercados, tiendas especializadas** y plataformas de **retail en línea**.

- La distribución reveló una predominancia de:



HUEVITOS DE CHOCOLATE (171 PRODUCTOS).



CONEJITOS DE CHOCOLATES (19 PRODUCTOS).



ZANAHORIA Y MIX (4 CADA UNO).



MONEDAS (1 PRODUCTO).

- **LOS PROVEEDORES:** "Jumbo" destacó como el mayor distribuidor con 71 productos en su inventario. Por su parte, Santa Isabel y Confitería La Mundial con 37 productos cada uno.
- **EL ANÁLISIS DE LOS TIPOS DE PRODUCTOS:** demostró una variedad en las preferencias en la oferta para los consumidores, con una presencia significativa de chocolate "negro" (55 productos) y "de leche" (59 productos), así como "chocolate" sin especificar (69 productos).

PRECIOS: Una amplia gama de precios, **desde \$808 hasta \$61.900 pesos por producto**, 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



Resultados:

Análisis del precio por unidad de medida (PPUM):

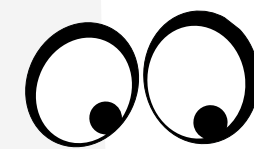
En alimentos para poder comparar precios con una base de cálculo similar se utiliza **el precio por unidad de medida (PPUM)**, que es el precio por **100 gramos de producto**.

EL PPUM PROMEDIO MÁS BAJO

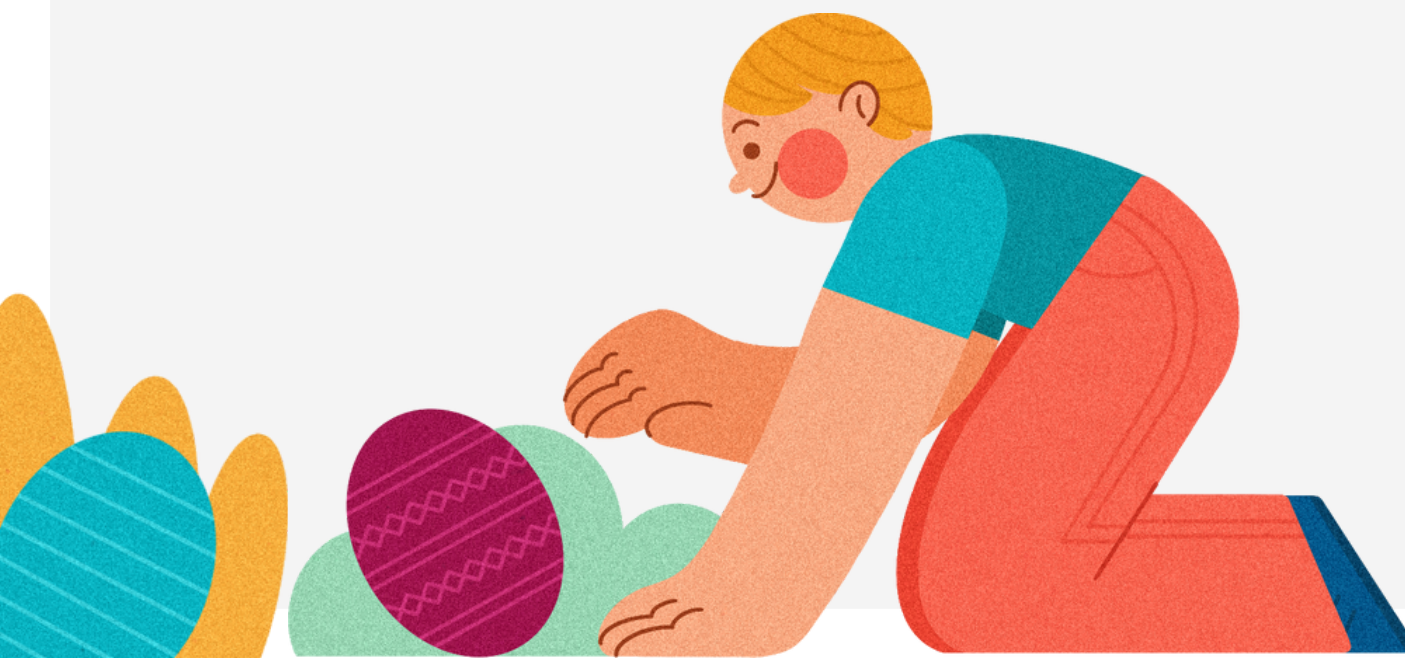
- Zanahorias (\$3.392).
- Huevitos (\$3.316).
- Monedas (\$3.702).
- Conejitos (\$3.696).
- Mix de productos (\$4.121).

PPUM PROMEDIO POR TIPO DE PRODUCTO Y TIPO DE PROVEEDOR

Las tiendas especializadas tienen los PPUM más altos, con \$6.586. Lo anterior, se explica porque las tiendas especializadas trabajan con alguna combinación de estas características: producción más artesanal, con granos de origen o de buena calidad, procesos certificados, productos orgánicos y blends de cacao.



Ojo, esto **no significa** que los chocolates llamados **más comerciales (de menor precio) 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.



Resultados:

RELACIÓN ENTRE LA POSICIÓN DEL CACAO EN EL LISTADO DE INGREDIENTES Y EL PRECIO POR UNIDAD DE MEDIDA (PPUM) PROMEDIO:

Se puede evidenciar que cuando la manteca de cacao está en el primer (\$6.520) y segundo lugar (\$4.051) 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° (\$2.876) a 12°(\$1.925).

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 esta entre 3 y 5, dado que son los precios más altos de la muestra**, no obstante existe un producto con 7 ingredientes, que corresponde a huevitos rellenos marca La Fete. Por lo mismo la relación entre el número de ingredientes no es directa sino relativa.

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.**



Resultados:

Aspectos críticos de rotulación:



NOMBRE DEL PRODUCTO

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

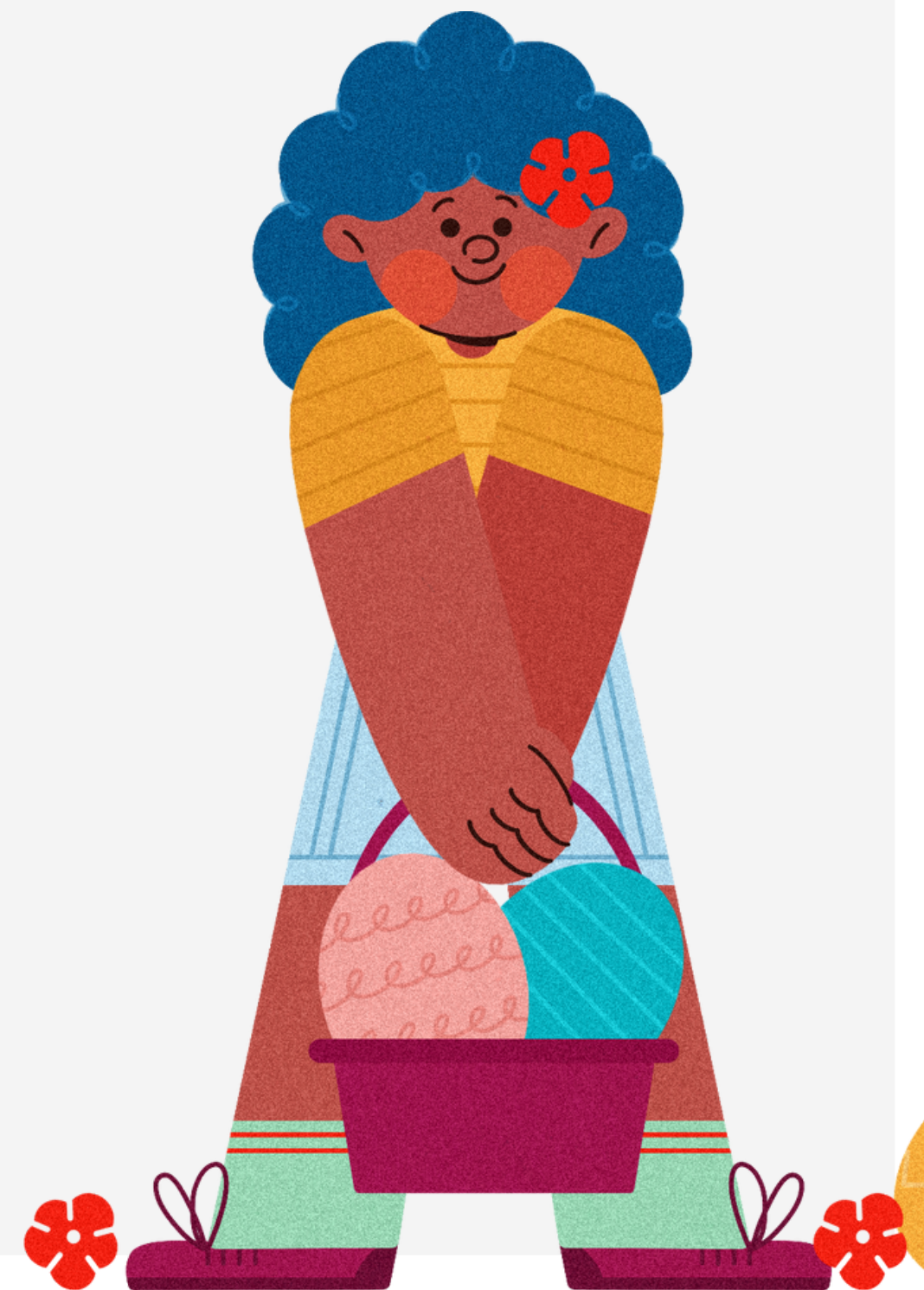
INGREDIENTES: AZÚCAR

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 tiene. 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.

*Levantado en base a Webscraping según lo disponible en páginas Webs de los distintos proveedores.

Hallazgos y Conclusión

- **Se identificaron 34 productos** rotulados como chocolate pero **debiendo ser rotulados como “con sabor a chocolate”**, ya que la manteca de cacao fue reemplazada total o parcialmente por otro tipo de compuestos grasos (entre otras condiciones).
- 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.**
- 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.
- En una gran proporción de los productos analizados (95,4%), dentro de los tres primeros ingredientes **se encuentra en azúcar.**



Hallazgos y Conclusión

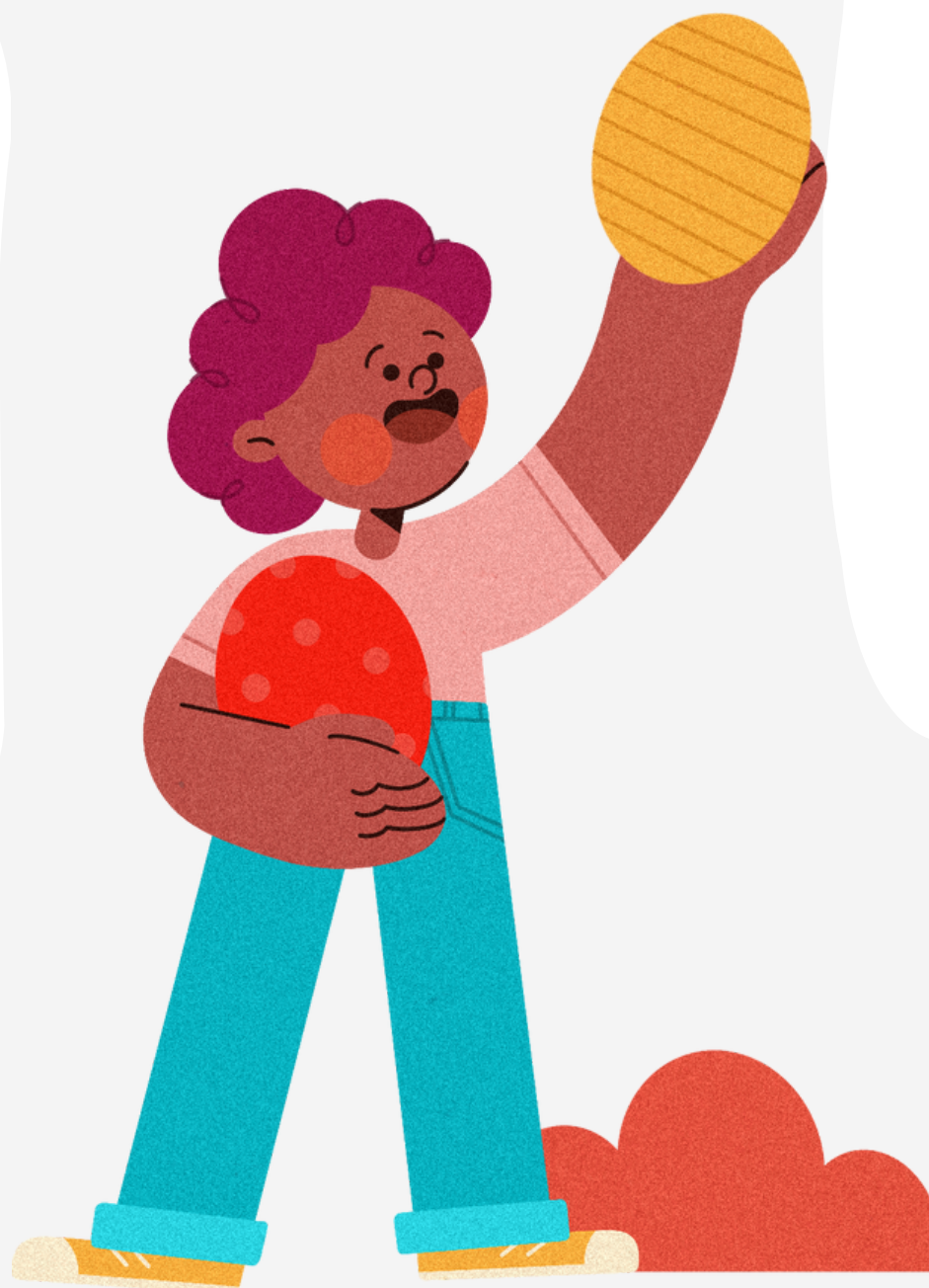
- Se detectaron varios productos con la presencia de trigo, por lo que **se recomienda disponer de una advertencia más visible por los celíacos y alérgicos al gluten.**
- De la muestra, 85,9% consiste en huevitos de chocolate, destacando que el 51,3% son macizos y el 33,7% son rellenos
- La variabilidad en los precios de los productos refleja diferencias significativas según el tipo y características del producto. Los conejitos de chocolate presentan un 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.



Recomendaciones

Para poder escoger un buen chocolate considere los siguientes consejos:

- Que se llame chocolate no significa que lo sea. Si contiene materias grasas de origen vegetal, posiblemente el producto es un sucedáneo de chocolate y debiera rotular como “sabor a chocolate.
- Prefiera chocolates con ingredientes más naturales.
- Cuando el primer ingrediente es azúcar: consúmlalo de manera restringida



- Use sus sentidos para escoger un buen chocolate: Vista, Tacto y Olfato
- Compre en el comercio formal y exija su boleta.
- Nunca compre alimentos en el comercio informal.

Muchas Gracias

SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor

SERNAC
Servicio Nacional del Consumidor

