



# Informe de resultados 2022

## CHILE

## CONTENIDO

- Introducción.
- Desarrollo del Ranking Vegano de Supermercados Chile.
- ¿Por qué es importante realizar un Ranking Vegano de Supermercados en Latinoamérica?
- Resultados del Ranking Vegano de Supermercados 2022.
- Recomendaciones.



# Informe Ejecutivo Chile

## Introducción

La [Fundación Vegetarianos Hoy](#) es una organización internacional que trabaja en América Latina para promover una alimentación basada en vegetales y reducir el sufrimiento de los animales considerados “de producción”.

Vegetarianos Hoy cuenta con varios programas en el área corporativa que impulsan el crecimiento de la industria plant-based. Uno de estos es el Ranking Vegano de Supermercados que forma parte del proyecto internacional de la Fundación Albert Schweitzer, con sede en Alemania, que nosotros ejecutamos en América Latina, para destacar más a los supermercados que están teniendo un buen desempeño en el campo de los productos plant-based.

La [Fundación Albert Schweitzer](#) es una organización con sede en Alemania cuyo compromiso es desarrollar campañas de gran apalancamiento sobre la base de hallazgos y datos científicos. Las campañas cubren varias áreas las cuales dan pasos viables hacia un trato más respetuoso con los animales. Desde el 2021 la Fundación Vegetarianos Hoy une esfuerzos con la fundación Albert Schweitzer para realizar el Ranking Vegano de Supermercados en América Latina.

## Países en los que se desarrolló el Ranking Vegano de Supermercados en Latam



## Desarrollo del Ranking Vegano de Supermercados Chile

### Metodología:

<b>Chile</b>	<b>Duración del proyecto</b>	<b>Noviembre-Diciembre 2022</b>
	<b># de tiendas encuestadas</b>	<b>18 sucursales</b>
	<b>Retails</b>	<b>Jumbo, Líder, Líder Express, Tottus, Unimarc, Santa Isabel</b>
	<b>Zonas geográficas</b>	<b>Santiago, Viña del Mar, Temuco</b>

### Categorías de la encuesta

- Alternativas de carne, embutidos y pescado de origen vegetal.
- Alternativas a productos lácteos de origen vegetal.
- Dulces, productos horneados, bocadillos de origen vegetal.
- Platos precocinados y comida de conveniencia de origen vegetal.
- Salsas, dips y spreads de origen vegetal.



En consecuencia, de lo comentado anteriormente, se analizaron todos los productos enlistados en las categorías de alimentos del supermercado antes mencionadas, y se contabilizaron de acuerdo a los criterios enlistados.

Además de la contabilización individual de los productos en existencia, el Ranking Vegano de Supermercados contará con una evaluación extra para aquellos con certificaciones veganas oficiales, con el fin de apoyar y valorar el esfuerzo hecho por las marcas en realizar acciones que reafirman la confianza con el consumidor, por lo que mientras más productos certificados veganos posea cada retailer, mayor será su puntaje final.

### Productos certificados

Los productos certificados como veganos le dan al cliente la tranquilidad de saber que están adquiriendo un producto 100% confiable, sin tener que preocuparse por leer información al dorso del envase o analizar uno por uno sus ingredientes, agilizando de esta manera la elección del producto y dando a conocer al consumidor la variedad de opciones que se ofrecen. Las certificaciones que Vegetarianos Hoy reconoce como oficiales son todas aquellas que provienen de organizaciones que trabajan por los animales y son sin fines de lucro.

## Certificaciones Veganas



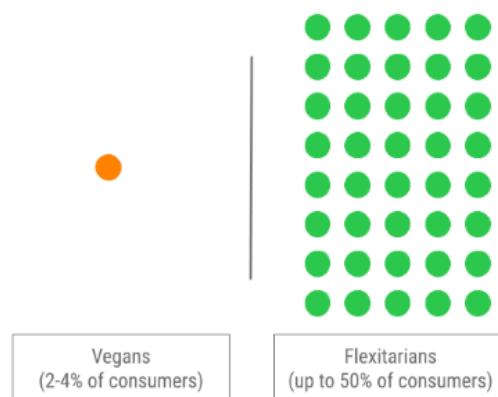
## ¿Por qué es importante realizar un Ranking Vegano de Supermercados en Latinoamérica?

Sabor, precio y comodidad son los tres factores que más influyen en la decisión de compra de los consumidores. La comodidad tiene que ver directamente con la facilidad y rapidez para encontrar los productos que se necesitan, en un sólo lugar y fácilmente identificables.

Aunado a lo anterior, el cambio continuo de los hábitos de consumo se ha visto reflejado en las audiencias mostrando un incremento en el interés de los productos *plant-based*, por esta razón, el Ranking Vegano de Supermercados es un programa que invita a las grandes cadenas a incrementar su oferta de productos veganos en aras de garantizar el abastecimiento para todos los consumidores.

### ¿Quiénes son los compradores de productos plant-based?

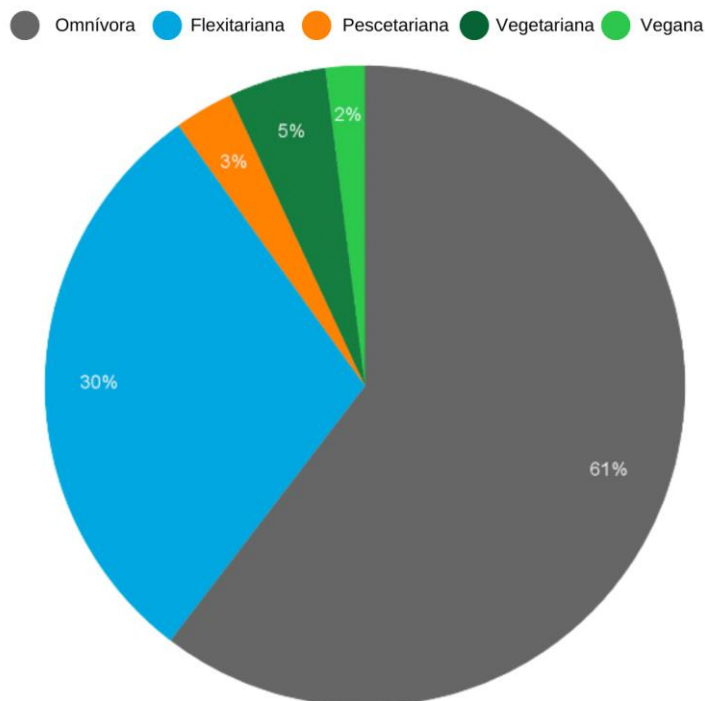
#### FLEXITARIANS COMPRISE THE BIGGEST MARKET FOR PLANT-BASED FOODS



*Fuente: ProVeg International*

Según un [reciente estudio de ProVeg](#) (enero, 2023), los flexitarianos son responsables de hasta el 90% de las ventas de alternativas basadas en plantas. A pesar de este enorme

mercado potencial , algunos minoristas tienen márgenes desproporcionadamente altos sobre productos de origen vegetal, más que sobre aquellos de origen animal porque, históricamente, el pequeño segmento vegano de consumidores ha estado dispuesto a pagar un alto precio por sus valores.

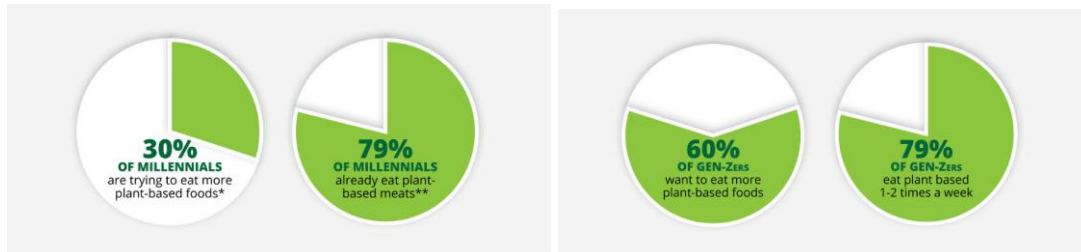


*Distribución general de población según preferencias alimentarias.*

*Fuente: ProVeg International*

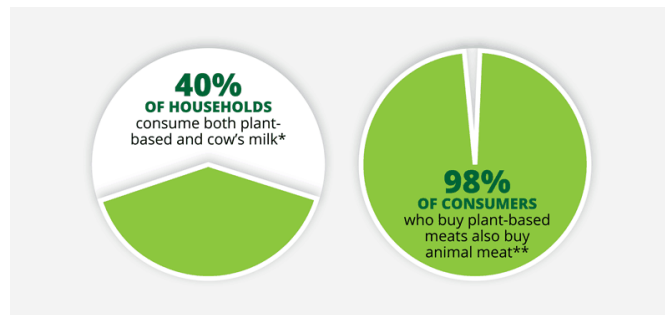
Es probable que los compradores de productos vegetales preocupados por la salud sean baby boomers, mientras que el impacto ambiental y el bienestar animal son factores motivadores para los consumidores Millennials y Gen Z.

## ¿Qué grupo de consumidores compra más productos plant-based?



Aramark, 2018

La mayor parte de la población que están intentando o han probado alimentos a base de plantas está dada por los Millenials y Gen Z.



Aramark, 2018

Estas estadísticas, impulsadas por el consumidor flexitariano, muestran que los alimentos de origen vegetal se han generalizado.

Concluimos que:

1. Las generaciones jóvenes son las que mayor impacto están teniendo a cambios en un estilo de vida y alimentación más consciente (a base de plantas, carbono neutro, alimentos limpios, orgánicos).
2. Las marcas hoy deben de enfocarse en ofrecer un bienestar integral a sus usuarios (equilibrio entre cuerpo, salud mental y entorno) y no solo productos y servicios.
3. El gran reto al que se enfrentan las marcas es a ofrecer productos a base de plantas que logren cumplir con estándares iguales o muy parecidos a los productos a base de carne o lácteos como el sabor y la calidad.
4. Los flexitarianos son los usuarios de mayor participación en dietas basadas en plantas y que podrían impactar con las campañas.
5. Las marcas con sellos de cruelty free, vegan, clean labels y demás, cada vez ganan

más participación en el mercado y por esto, deben de seguir trabajando por ofrecer productos que respondan a nichos de mercado cada vez más específicos.

## Resultados del Ranking Vegano de Supermercados 2022

**El supermercado con mayores opciones de productos veganos en Chile es Jumbo con 299 productos veganos, de los cuales 40 cuentan con una certificación vegana.**

A continuación pueden observarse los resultados finales del Ranking Vegano de Supermercados 2022.



Detalle	Jumbo	Líder	Líder Express	Santa Isabel	Tottus (CL)	Unimarc
<b>Calificación base del Ranking</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
<b>Ranking of final scores</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>6</b>

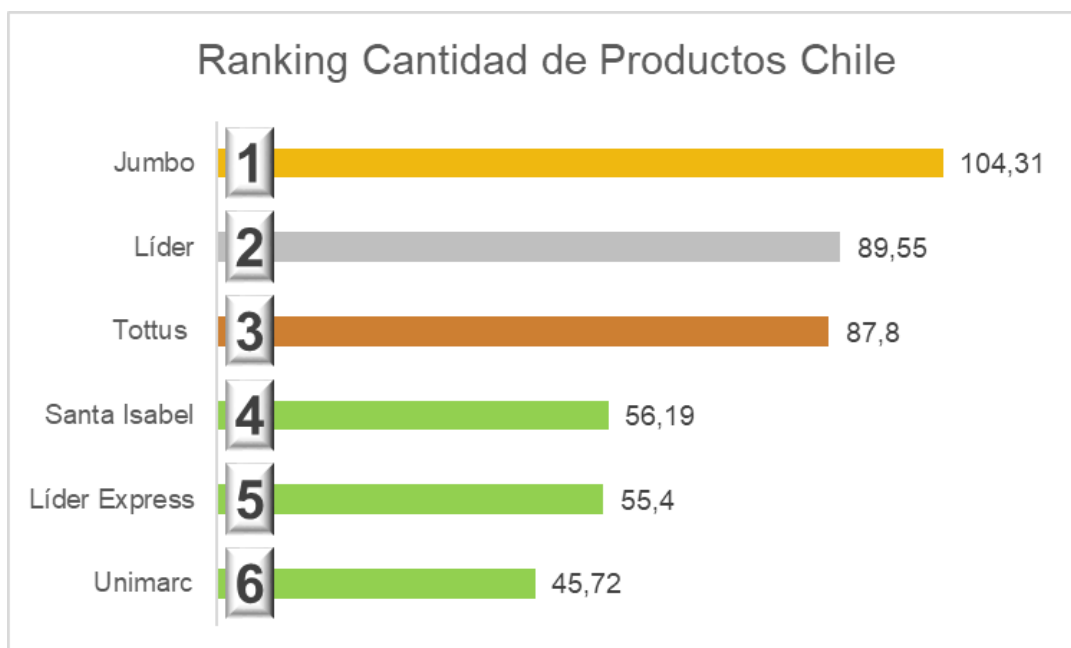
Detalle	Jumbo	Líder	Líder Express	Santa Isabel	Tottus (CL)	Unimarc
<b>Calificación base del Ranking</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>6</b>
<b>Calificación base</b>	104.31	89.55	55.40	56.19	87.80	45.72
Promedio de todos los productos plant-based encuestados	298.67	254.33	129.00	145.00	233.67	107.33

<b>Productos certificados</b>						
Suma de todos los productos certificados	39.33	34.67	15.33	14.67	43.00	6.00
Final subscore labeling	0.14	0.15	0.13	0.11	0.20	0.06
<b>Calificación final por certificación</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>6</b>

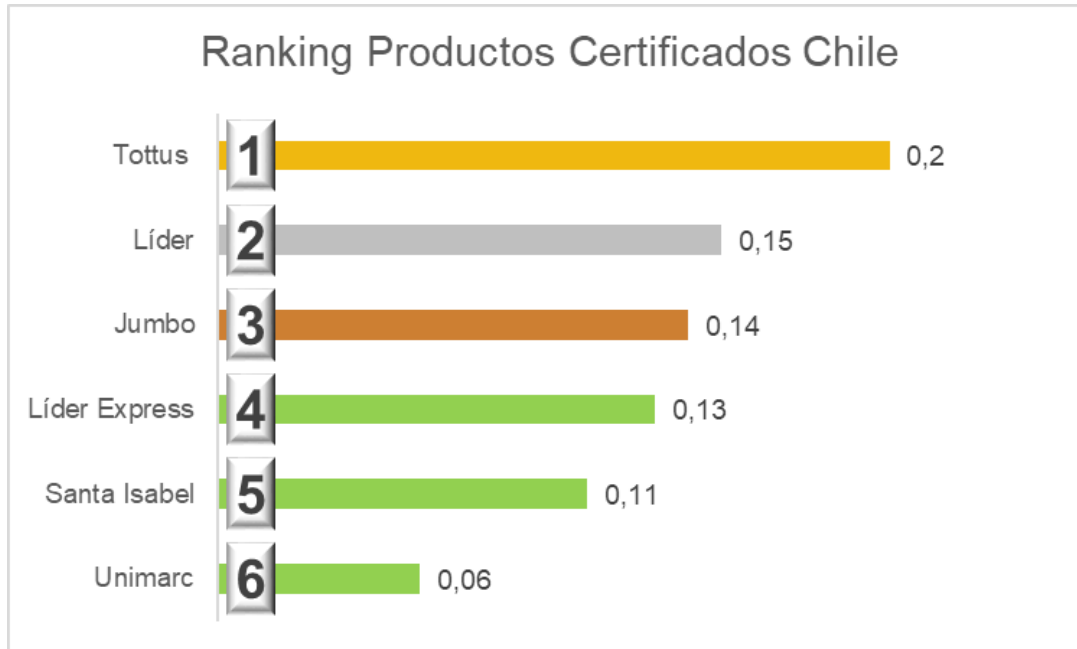
<b>Ranking of final scores</b>						
<b>Calificación final de productos plant-based + productos certificados</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>6</b>
	119.24	102.82	62.56	62.37	105.36	48.50

## Otros hallazgos

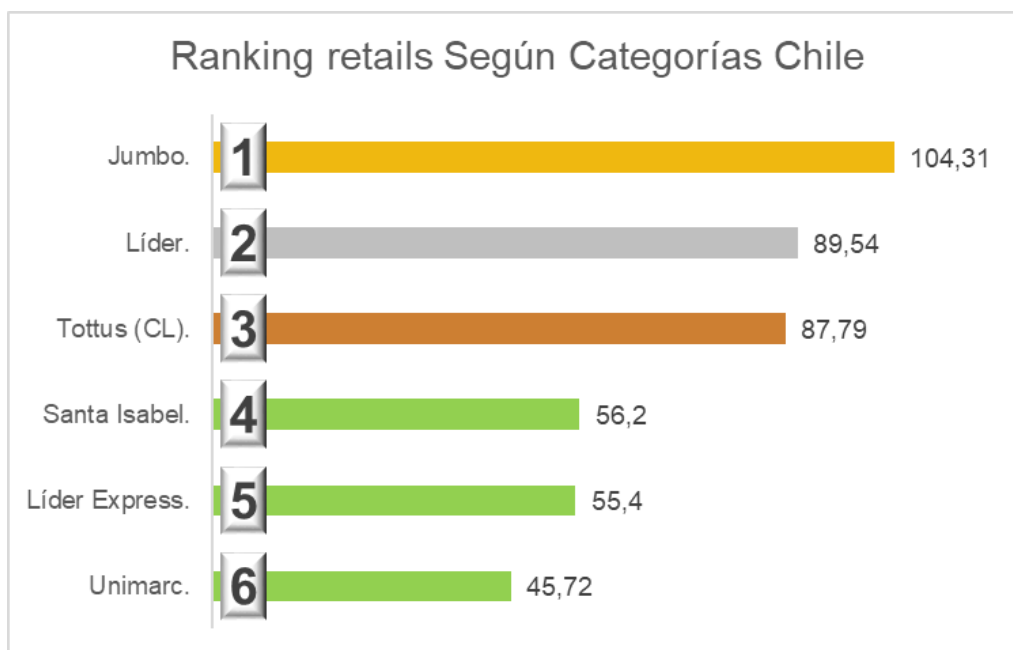
### Ranking por cantidad de productos veganos



## Ranking por cantidad de productos certificados



## Ranking por categorías



## Recomendaciones

*Organizaciones internacionales que impulsan el crecimiento del mercado vegano entre retailers y empresas recomiendan las siguientes mejores prácticas de línea estratégica para retailers:*

- Impulsar las estrategias sustentables y de alimentación vegana y/o flexitariana con influencers.
- Construir relaciones con personas influyentes que estén alineadas con los valores de su marca y tengan una actitud flexitariana.
- Ofrecerles productos gratis para probar, y si les gustan, ofrecerles productos gratis para regalar.

### 1. Recomendaciones para tiendas físicas

- En la descripción del producto informar si éste tiene algún sello o sellos de calidad como kosher, orgánico, vegano, etcétera.
- Actualizar las subcategorías que tienen nombres que incluyen la palabra “vegetariano” con productos que cumplan con dicha descripción.
- Certificar los productos propios para facilitarle al comprador el reconocimiento de estos como aptos.
- Identificar con "jalavistas" y/o "logos" en los pasillos los productos que sean a base de plantas.
- Comunicar los beneficios de estos productos y realizar acciones promocionales.

### 2. Recomendaciones para E-Commerce

1. Añadir en la imagen una etiqueta o logo que identifique los productos que se muestran, para poder saber cuáles son veganos o vegetarianos. Además mostrar estos productos al insertar dichas palabras en el buscador.
2. Incluir una foto o una imagen del dorso del producto le permite al comprador conocer lo que está adquiriendo sin necesidad de tener que desplazarse hasta una tienda para ello.



### 3. Recomendaciones comunicacionales

- Establecer una alianza estratégica con Vegetarianos Hoy para impulsar el mercado vegano en el país.
- Mejorar la disponibilidad de productos veganos y plant-based con apoyo de la base de datos de proveedores de Vegetarianos Hoy.
- Comunicación conjunta de mejores resultados alineados a su marca del Ranking Vegano de Supermercados 2022.

Equipo de Desarrollo Corporativo  
Fundación Vegetarianos Hoy  
[vegetarianoshoy.org](http://vegetarianoshoy.org)