



Informe de resultados 2022

PERÚ



**RANKING
VEGANO**
de supermercados

CONTENIDO

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

Informe ejecutivo Perú

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 de alimentos de origen vegetal. 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 de origen vegetal.

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 Perú

Metodología:

Perú	Duración del proyecto	Noviembre-Diciembre 2022
	# de tiendas encuestadas	18 sucursales
	Retails	Metro, Plaza Vea, Tottus, Wong
	Zonas geográficas	Trujillo, Lima, Arequipa

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 pre-cocidos 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



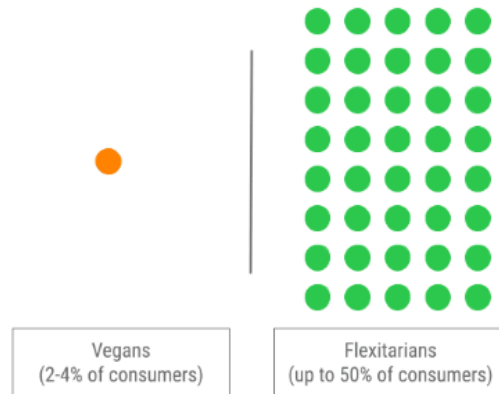
¿Por qué es importante realizar un Ranking Vegano de Supermercados en Latinoamérica?

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.

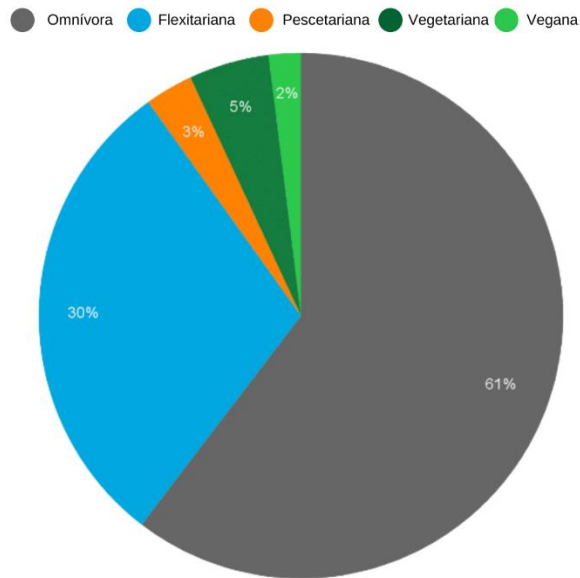
¿Quiénes son los compradores de productos plant-based?

FLEXITARIANS COMPRISE THE BIGGEST MARKET FOR PLANT-BASED FOODS



Fuente: ProVeg International

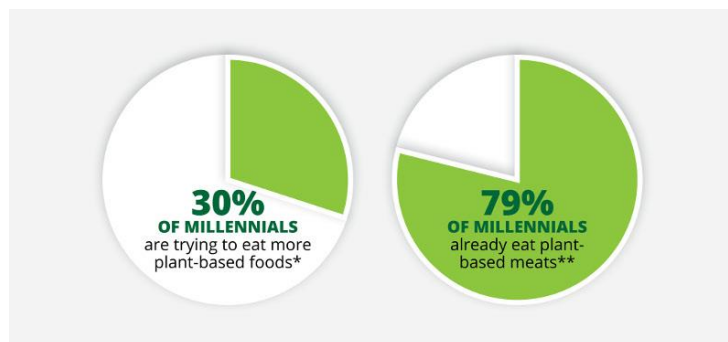
Según un [reciente estudio de ProVeg](#) (enero, 2023), los flexitarianos son responsables de hasta el 90% de las ventas de alternativas basadas en plantas. A pesar de este enorme mercado potencial, algunos minoristas tienen márgenes desproporcionadamente altos sobre productos de origen vegetal, más 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

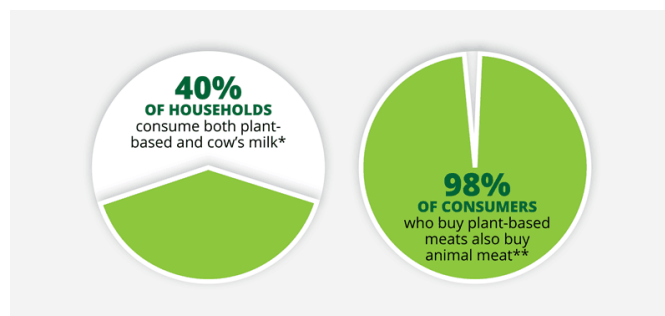
¿Qué grupo de consumidores compra más productos plant-based?





Aramark, 2018

La mayor parte de la población que está intentando o ha probado alimentos a base de plantas está dada por los Millennials 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 de origen vegetal 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 productos de origen vegetal 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

En Perú el supermercado que recibió una mejor puntuación en base a cantidad de productos veganos y de ellos la cantidad con una certificación vegana fue Wong con 108 productos veganos y de estos 13 con certificación.

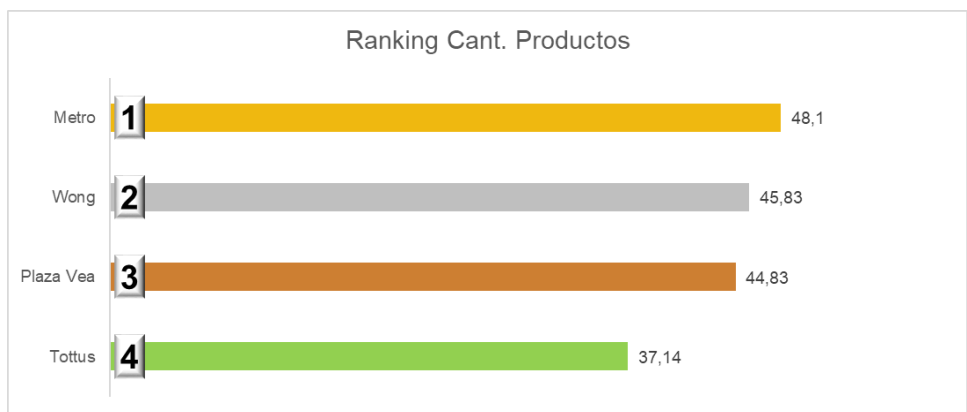
A continuación, pueden observarse los resultados finales del Ranking Vegano de Supermercados 2022.



Detalle	Metro	Plaza Vea	Tottus	Wong
Calificación base del ranking	1	3	4	2
Calificación base	48.10	44.83	37.14	45.83
Promedio de todos los productos plant-based encuestados	130.60	115.60	93.95	108.67
Productos certificados				
Suma de todos los productos certificados	5.20	7.40	3.80	13.00
Sub puntuación final por certificación	0.07	0.11	0.07	0.20
Calificación final por certificación	4	2	3	1
Puntuación final del Ranking	2	3	4	1
Calificación final de productos plant-based + productos certificados	51.30	49.62	39.65	54.99

Otros hallazgos

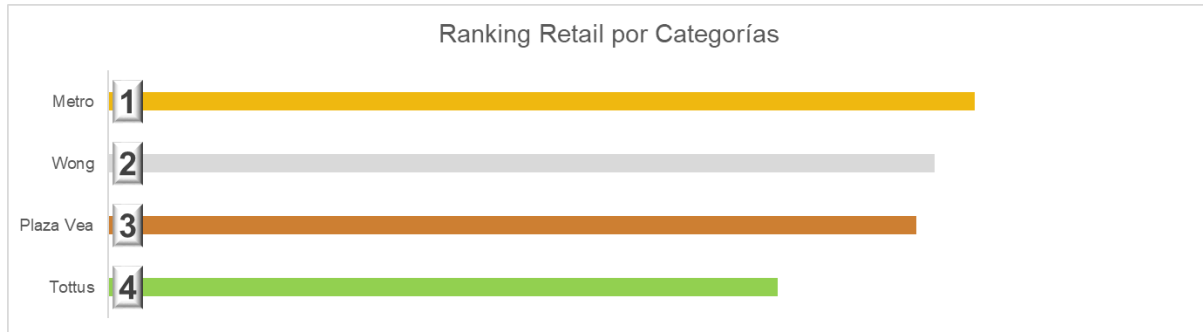
Ranking por cantidad de productos veganos



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