

Certificación Vegana

UNA TENDENCIA EN ALZA



Autores: Ignacia Uribe y Cielo Lengua.

Dirección de autores: V-Label Latam, Santiago, Chile.
-Ignacia@sellovegano.com
-Cielo@sellovegano.com

Introducción

Con el objetivo de entender mejor la percepción de los consumidores frente al sello vegano V-Label, en 2024 se realizó una encuesta en Chile, Colombia y México. El estudio buscó medir el nivel de conocimiento, confianza y percepción de utilidad del sello entre consumidores veganos y no veganos, y cómo esto influye en sus decisiones de compra.

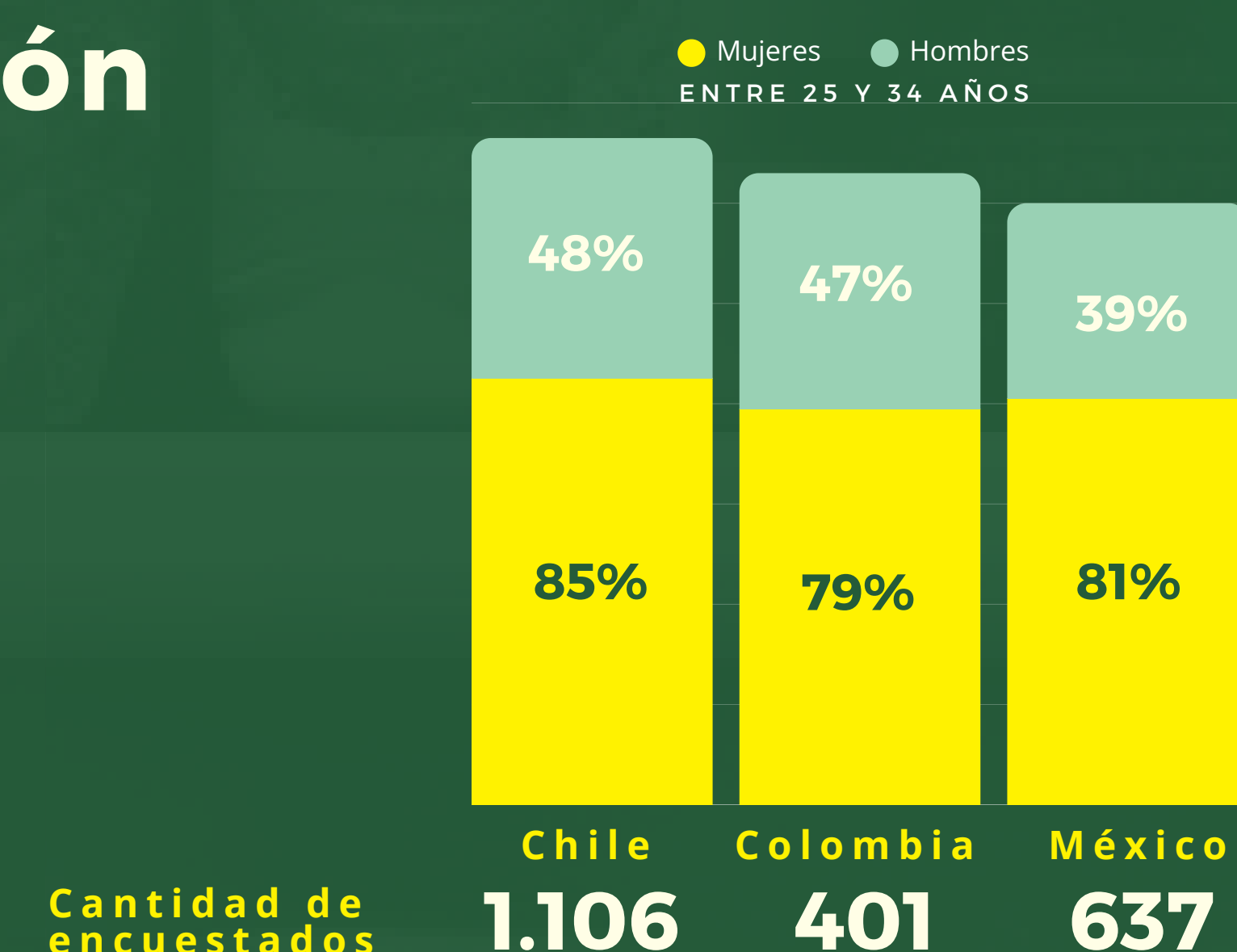
Metodología

La encuesta fue desarrollada con el acompañamiento de Faunalytics y ejecutada a través de la plataforma VegMonkey. Su difusión se realizó por medio de redes sociales, con el apoyo de organizaciones aliadas y personalidades veganas y no veganas de la región.

Dato Destacado

El perfil predominante es el de mujeres entre 25 y 34 años, un segmento estratégico para el mercado vegano.

Participación por país

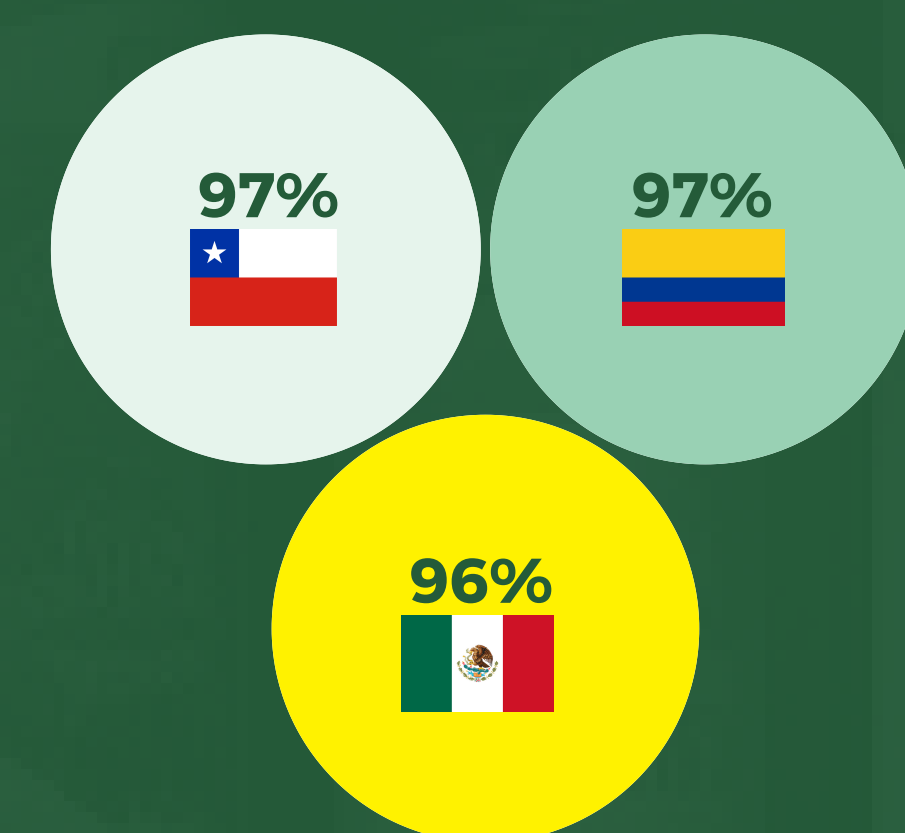


Percepción de utilidad

El sello es ampliamente reconocido y valorado como una herramienta útil para tomar decisiones de compra más conscientes.

Principales resultados

Importancia de contar con certificación vegana



Relación con el estilo de vida vegano

El sello facilita el seguimiento de una alimentación vegana ("mucho" o "bastante")



Chile LIDERA EN CONOCIMIENTO, CONFIANZA Y PERCEPCIÓN DE UTILIDAD DEL SELLO, MOSTRANDO UNA MAYOR MADUREZ DEL MERCADO VEGANO.

México DESTACA POR UNA FUERTE VALORACIÓN DEL SELLO EN TÉRMINOS DE CALIDAD Y SUSTENTABILIDAD.

Colombia MUESTRA INTERÉS Y VALORACIÓN POSITIVA.

LA CERTIFICACIÓN VEGANA SE CONSOLIDA COMO UN ATRIBUTO DIFERENCIADOR EN LA REGIÓN, TANTO PARA CONSUMIDORES CONSCIENTES COMO PARA MARCAS QUE BUSCAN POSICIONARSE EN UN MERCADO EN EXPANSIÓN. EL SELLO V-LABEL NO SOLO FACILITA DECISIONES INFORMADAS, SINO QUE IMPULSA LA CONFIANZA, LA TRANSPARENCIA Y EL COMPROMISO CON UN FUTURO MÁS ÉTICO Y SOSTENIBLE.