



RESULTADOS DE LA ENCUESTA

# ¿Confías en el **SELLO V-LABEL?**

uv'e  
Unión Vegetariana  
Española



# ÍNDICE



Objetivos del informe ... 3

Metodología ... 5

Perfil de las personas  
encuestadas ... 6

Sobre V-Label ... 10

Conclusiones ... 27

# Objetivos de la encuesta



QUEREMOS  
FORTALECER LA  
PRESENCIA DE V-LABEL  
EN EL MERCADO COMO  
SELLO DE CONFIANZA

Desde la Unión Vegetariana Española (UVE) hemos realizado esta encuesta para conocer la **percepción y el nivel de reconocimiento del sello V-Label Internacional** entre la población española.

Este distintivo internacional presente en 50 países y que ha certificado más de 70.000 productos en más de 4.800 empresas, está gestionado en España por la UVE desde 2011 y su labor es identificar productos veganos y vegetarianos, representando una herramienta clave para promover una alimentación más ética, saludable y sostenible.

El propósito de esta iniciativa es doble. Por un lado, queremos **comprender hasta qué punto el sello es conocido e influyente** entre los consumidores, y por otro, **aportar datos relevantes que ayuden a las empresas a tomar decisiones** informadas sobre su incorporación y uso.

# Objetivo general

Identificar y analizar el nivel de reconocimiento, la influencia en las decisiones de compra y el impacto en los hábitos de consumo del sello V-Label entre los consumidores en España, con el fin de aportar información relevante para fortalecer su posicionamiento como distintivo de confianza para productos veganos y vegetarianos.

## Objetivos específicos

- 1 Evaluar el grado de conocimiento que tienen los consumidores en España sobre el sello V-Label.
- 2 Analizar de qué manera la presencia del sello influye en las decisiones de compra de productos veganos y vegetarianos.
- 3 Explorar el efecto del sello V-Label en los hábitos de alimentación, cosmética... desde una perspectiva ética, saludable y sostenible.
- 4 Obtener información que permita a las empresas orientar sus estrategias de etiquetado y comunicación.
- 5 Contribuir a reforzar el papel de V-Label como herramienta que conecta la oferta de productos responsables con la demanda de una alimentación más consciente.

# Metodología



*Número de personas encuestadas: 1205 personas.*



*Período de recopilación de datos: Del 7 abril al 13 de julio 2025*



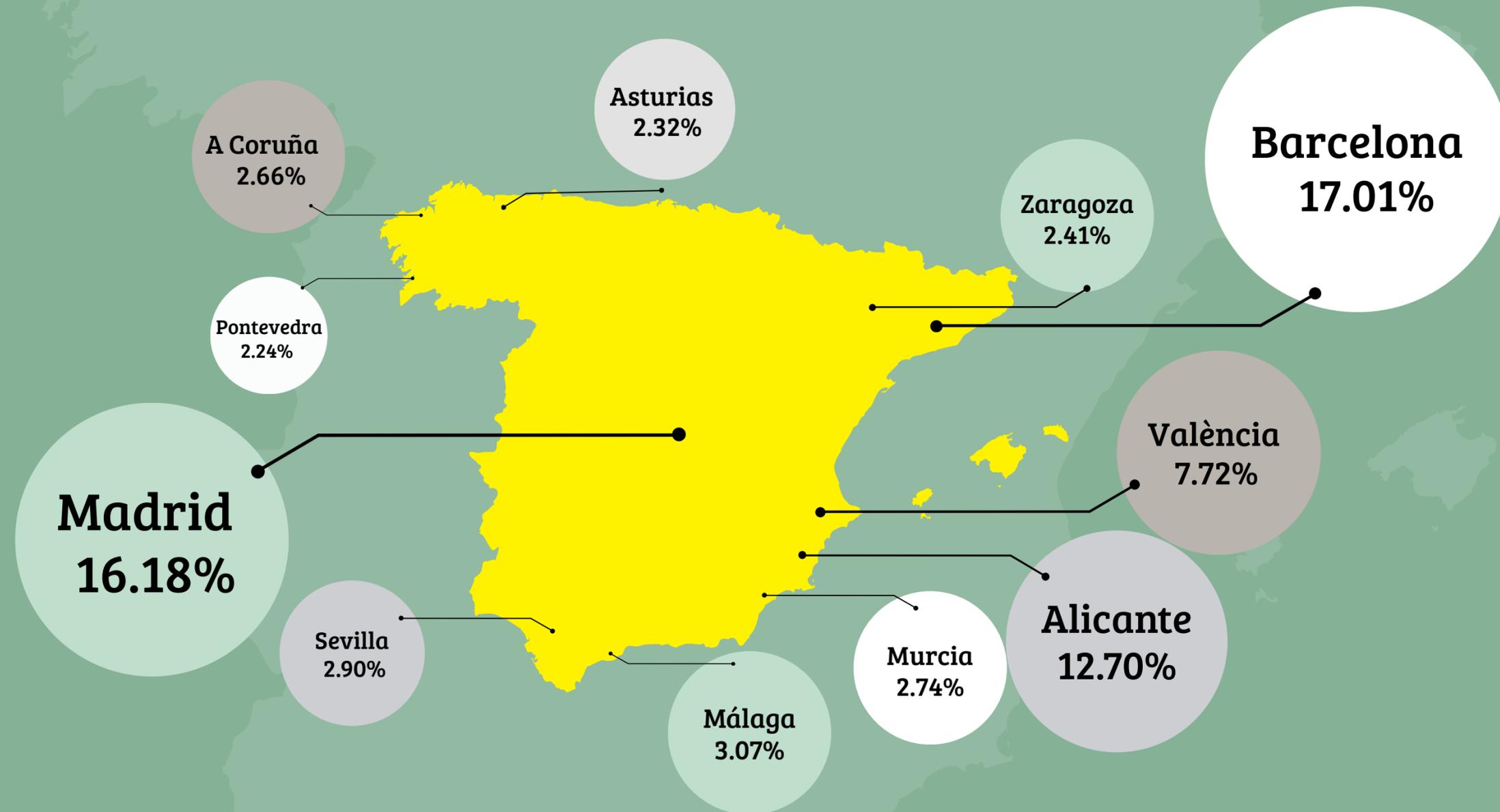
*Técnica utilizada: Encuesta online de 1 a 2 minutos.*



A woman with long, wavy hair is standing in a grocery store aisle. She is looking at a product on a shelf. The image is overlaid with a green tint. The text 'Perfil de las personas encuestadas' is written in white, bold, sans-serif font on the left side of the image.

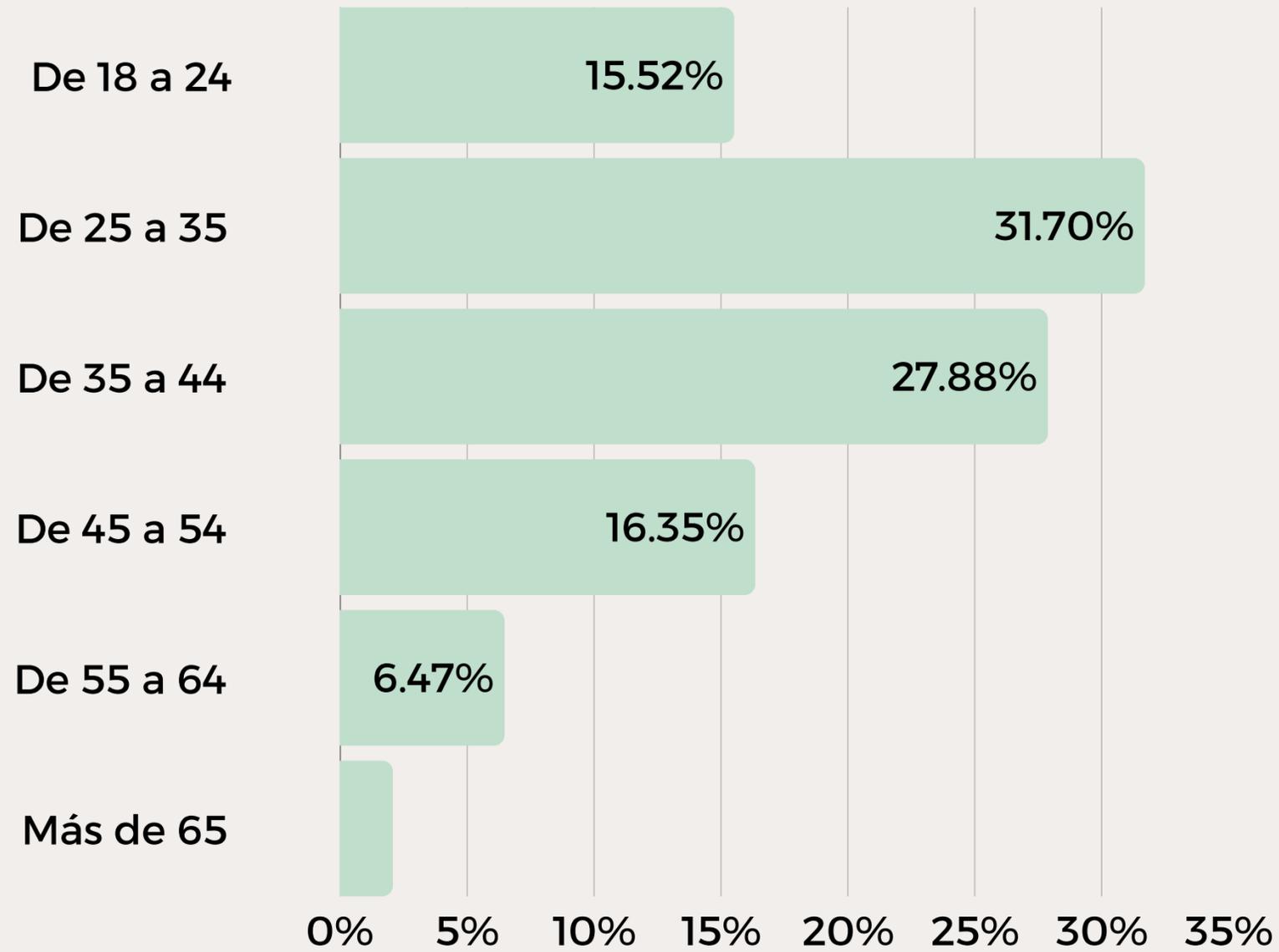
# Perfil de las personas encuestadas

# Provincias

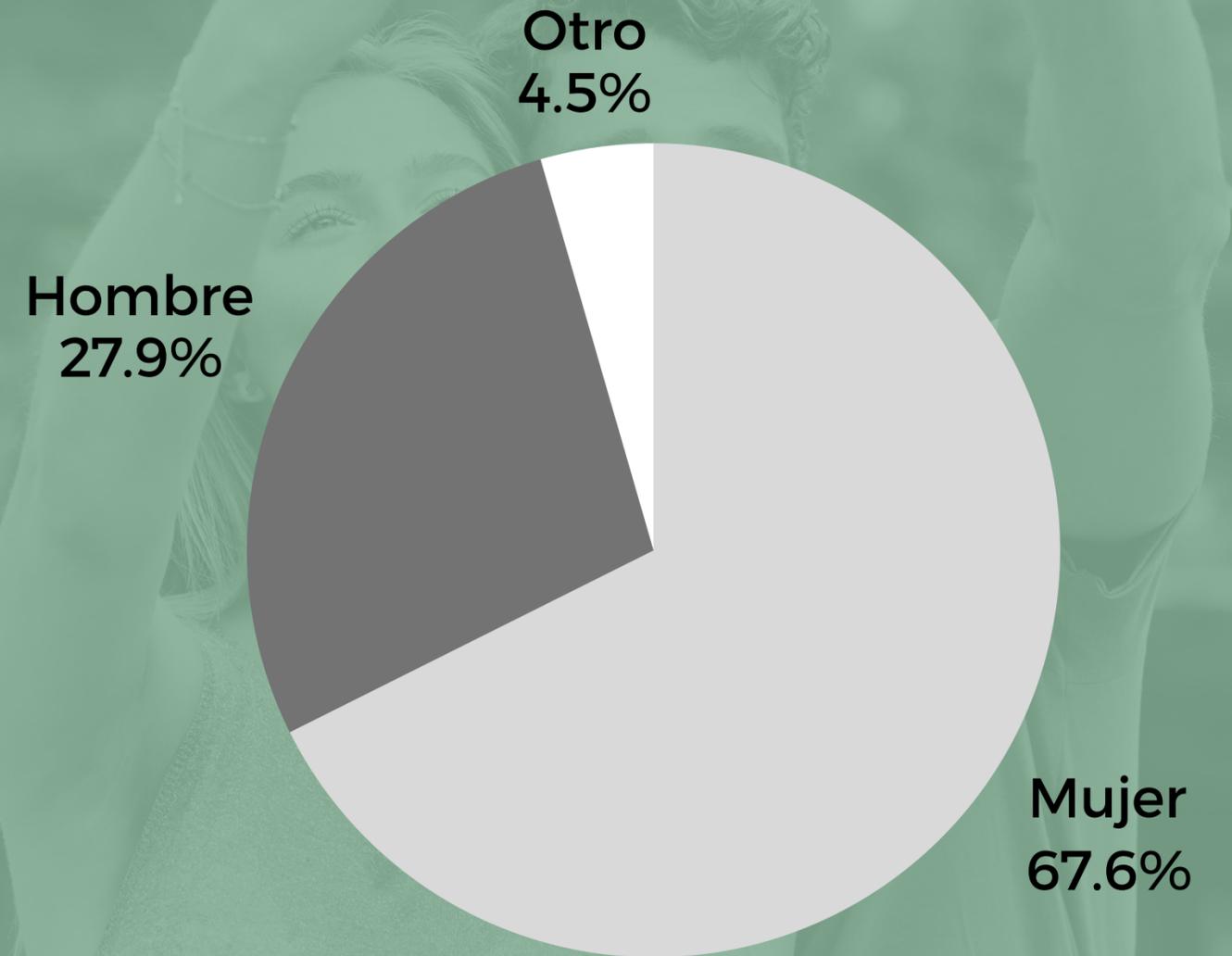


\*Datos que reflejan las provincias con mayor participación a partir del 2% de personas encuestadas

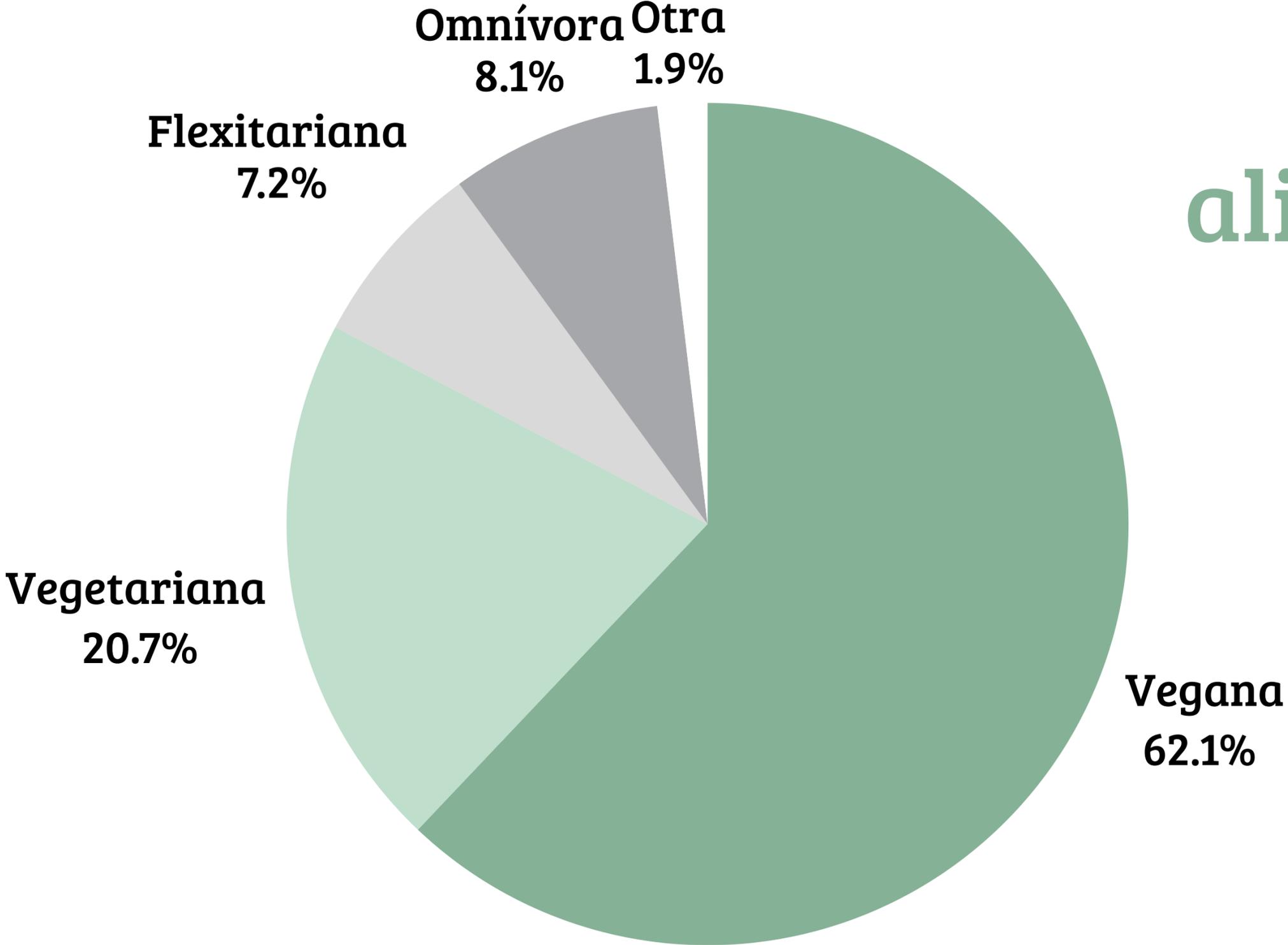
# Edad



# Género



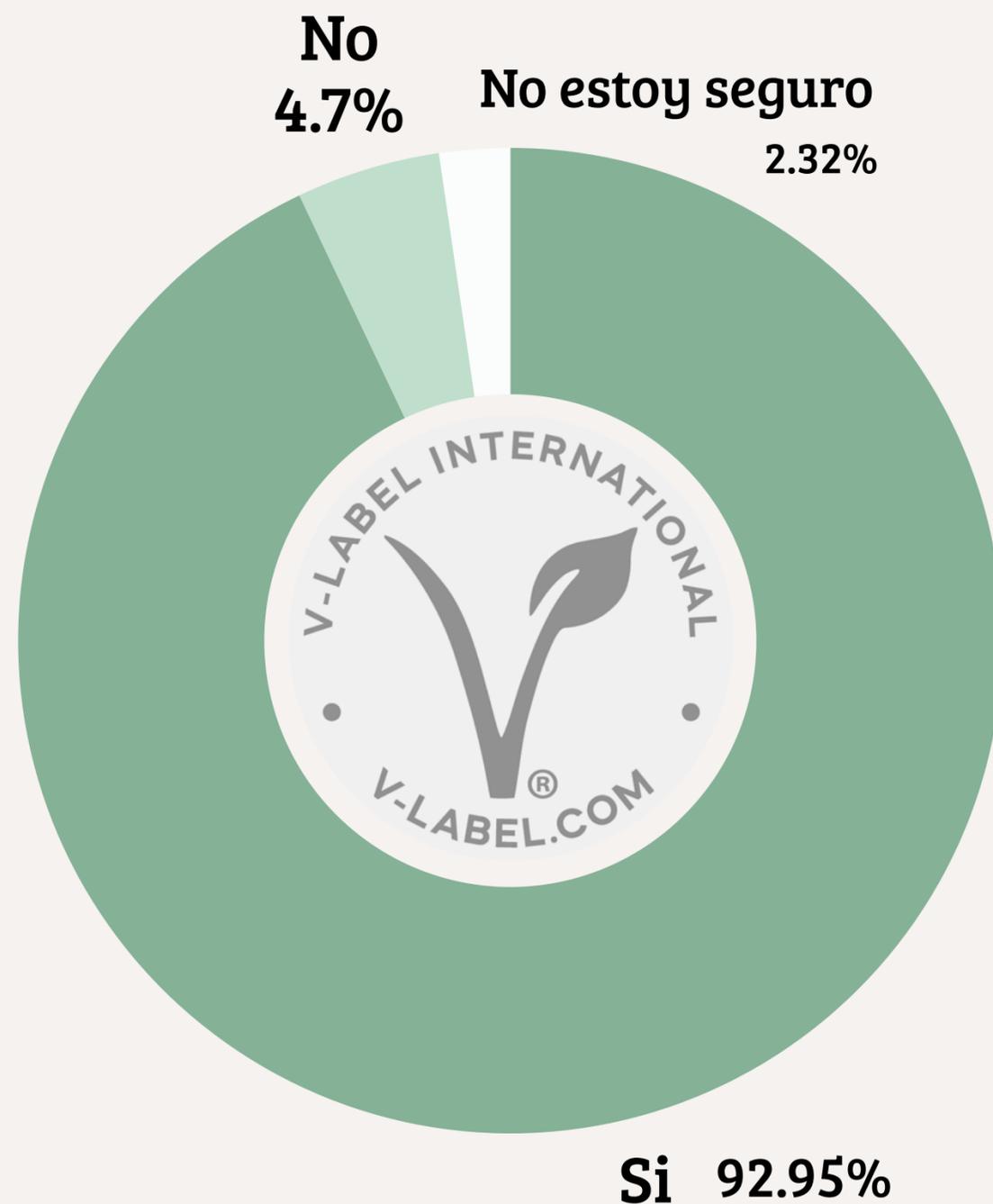
# Tipo de alimentación



# Sobre el sello V-Label



# ¿Conoces el sello V-Label?



# ¿Cuál es tu nivel de confianza respecto a este sello?

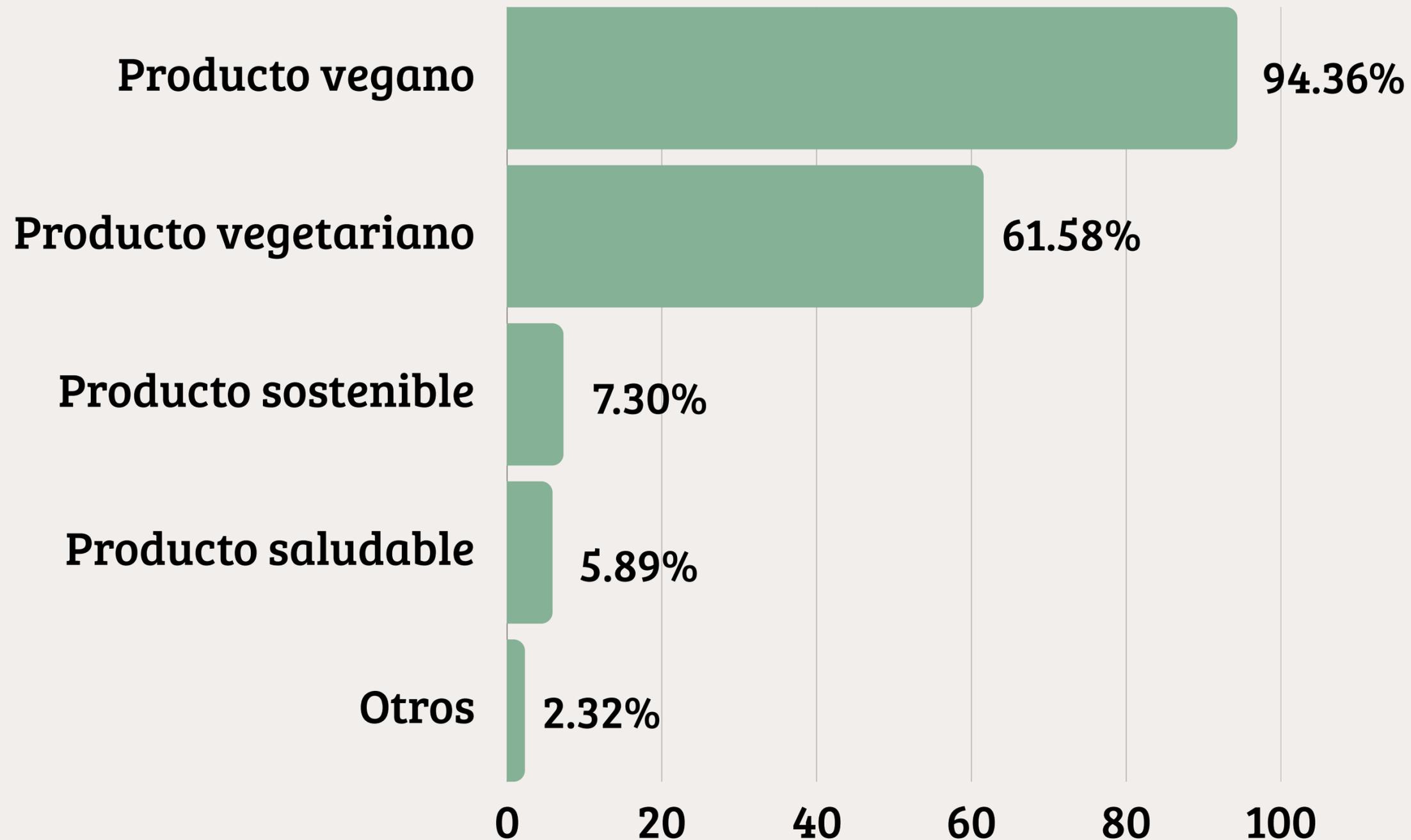


NADA

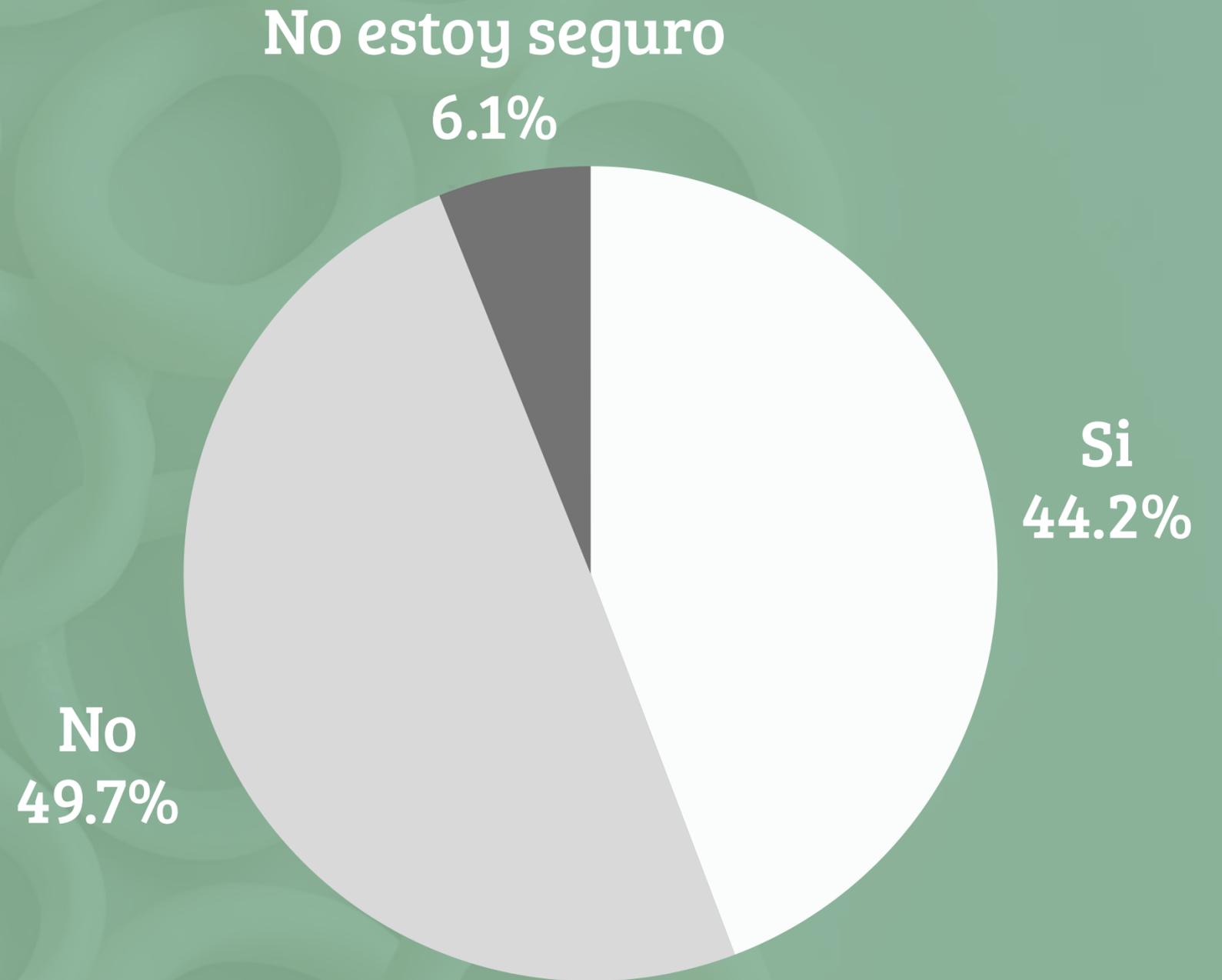
MUCHO



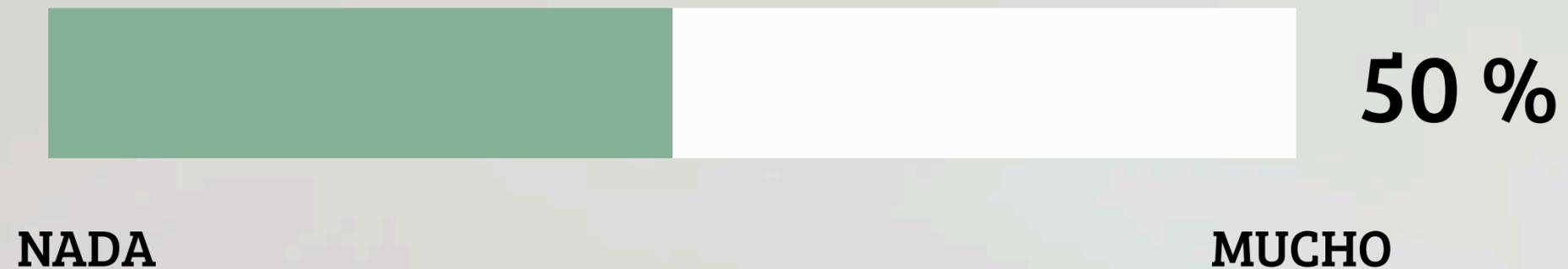
# ¿Con qué identificas el sello V-Label



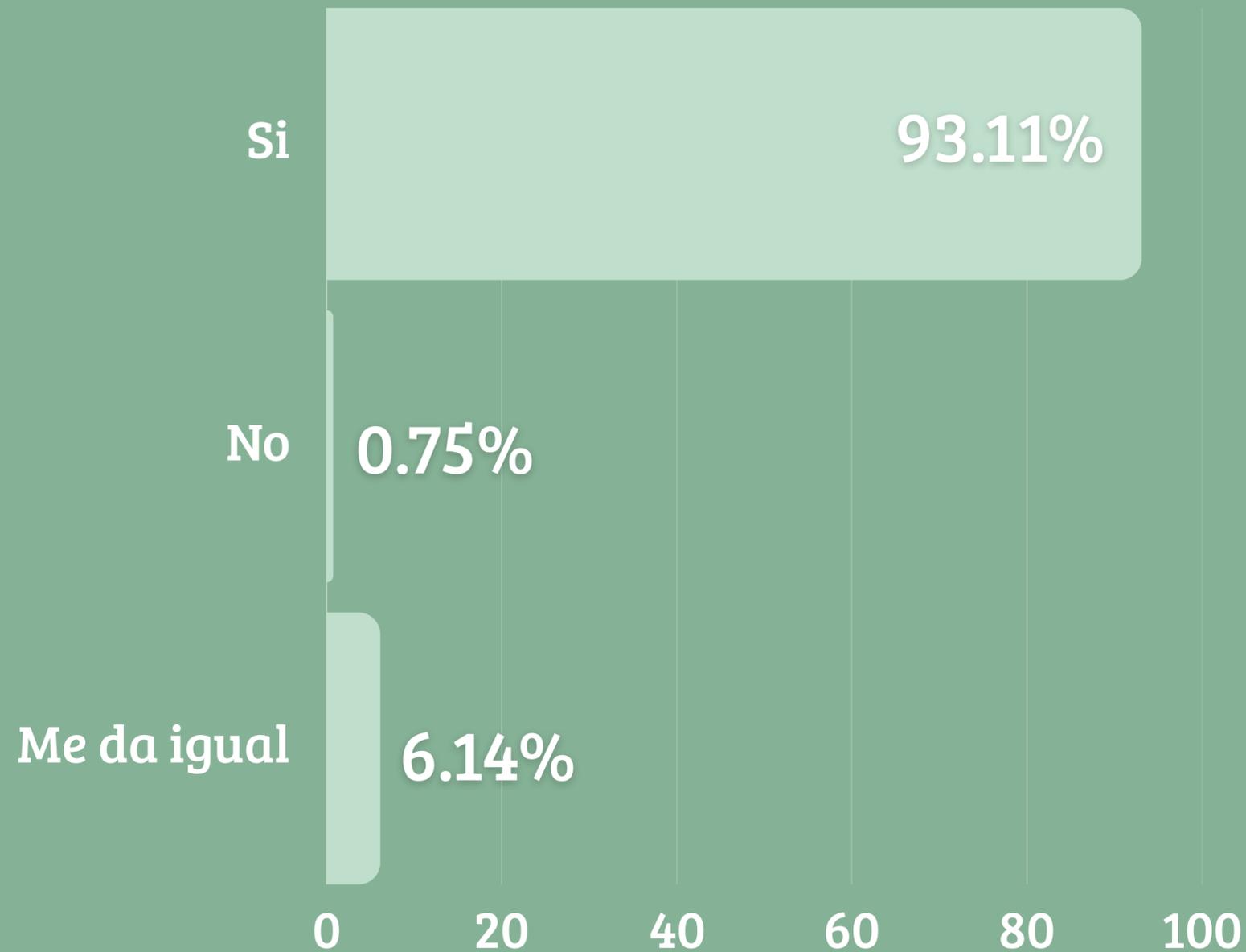
**¿Lees los  
ingredientes  
para verificar  
que un producto  
es vegano,  
aunque tenga  
el sello V-Label?**



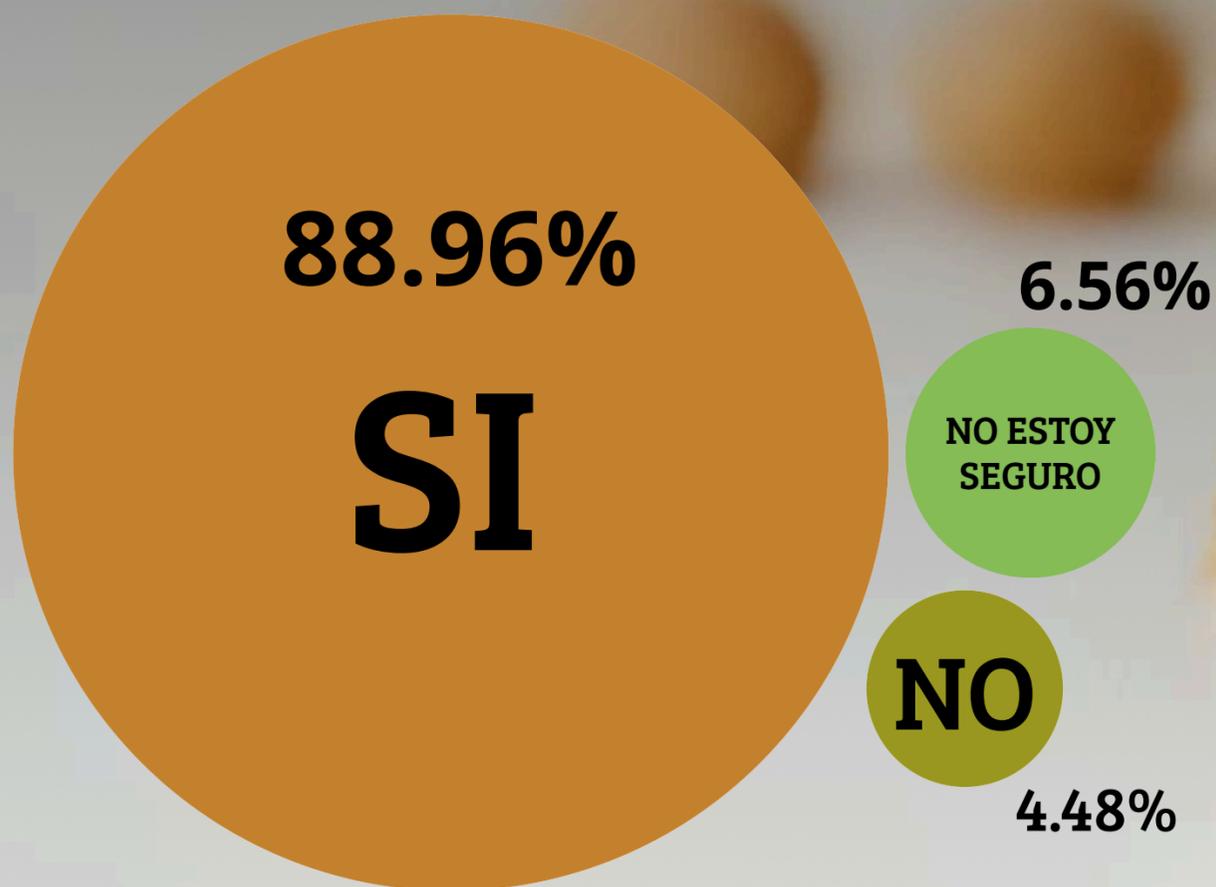
**¿Qué tan seguro estás de que un producto es realmente vegano si no cuenta con una certificación vegana?**

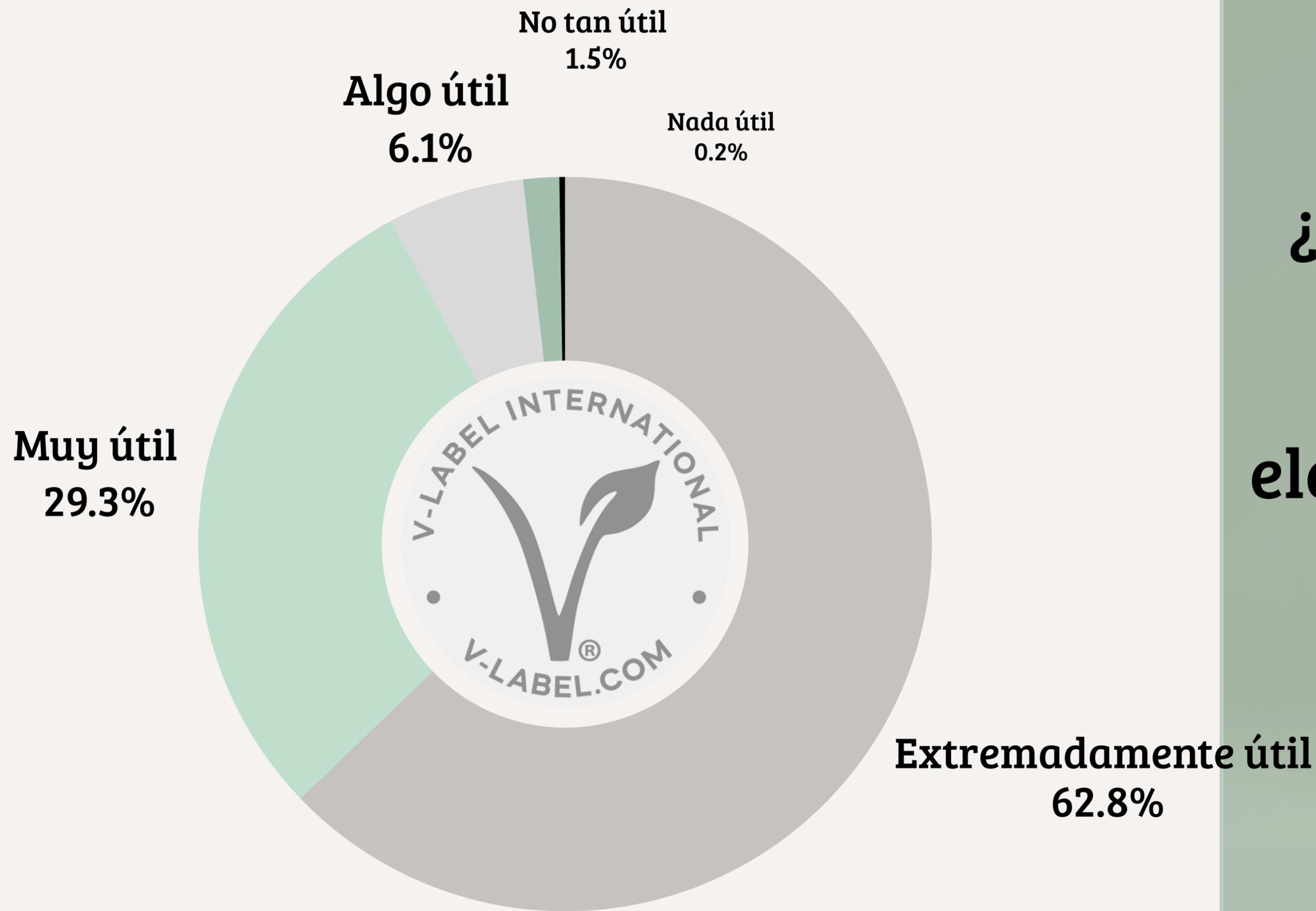


**¿Valoras de forma positiva a aquellas empresas que certifican sus productos con el sello V-Label con respecto a las que no?**



# ¿Has comprado un producto certificado por V-Label recientemente?





**¿Qué tan útil te parece el sello V-Label para elegir productos veganos a la hora de comprar?**

# ¿Qué valores te transmite el sello V-Label?

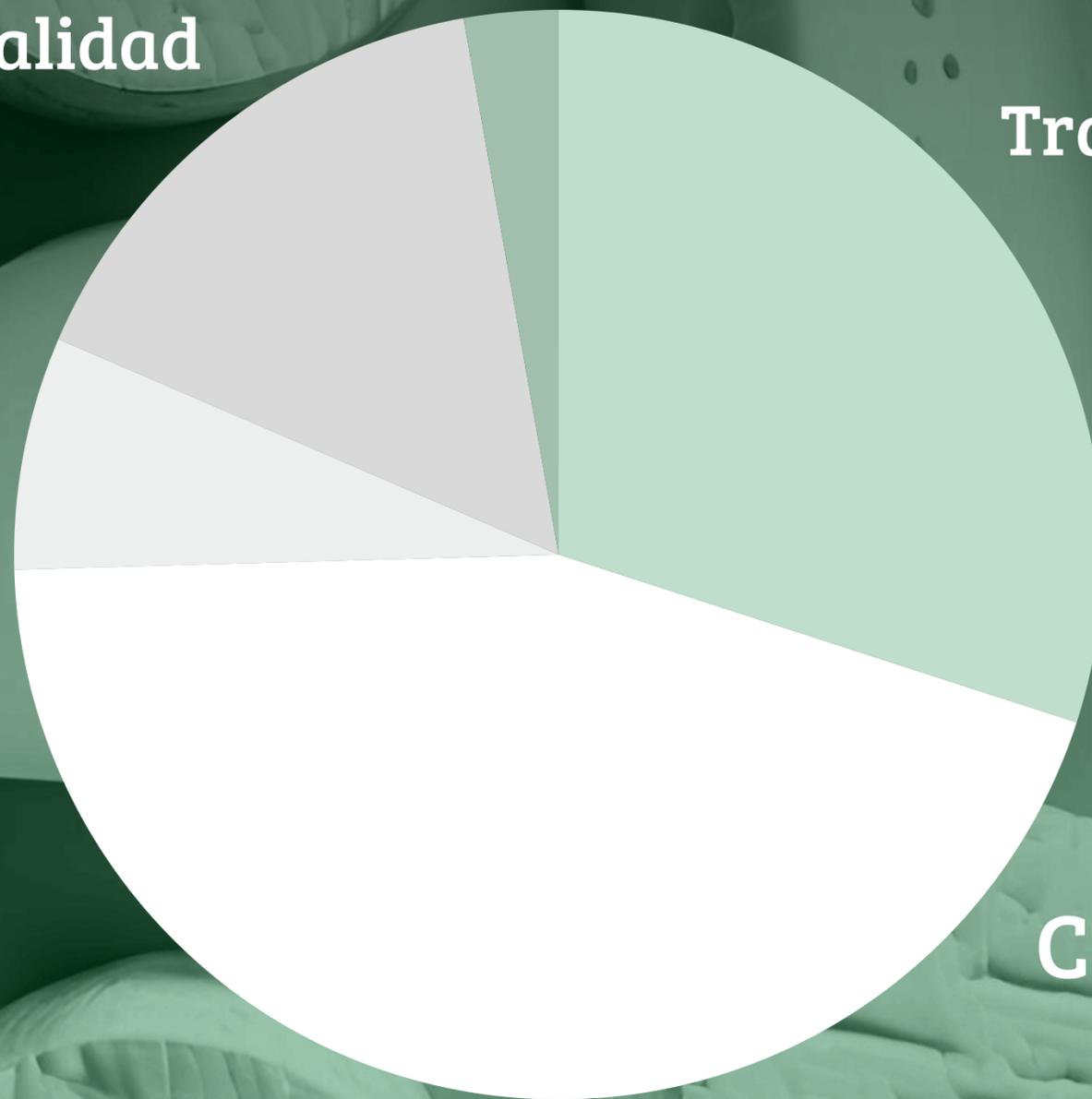
Transparencia +  
Confianza + Calidad  
23.82%

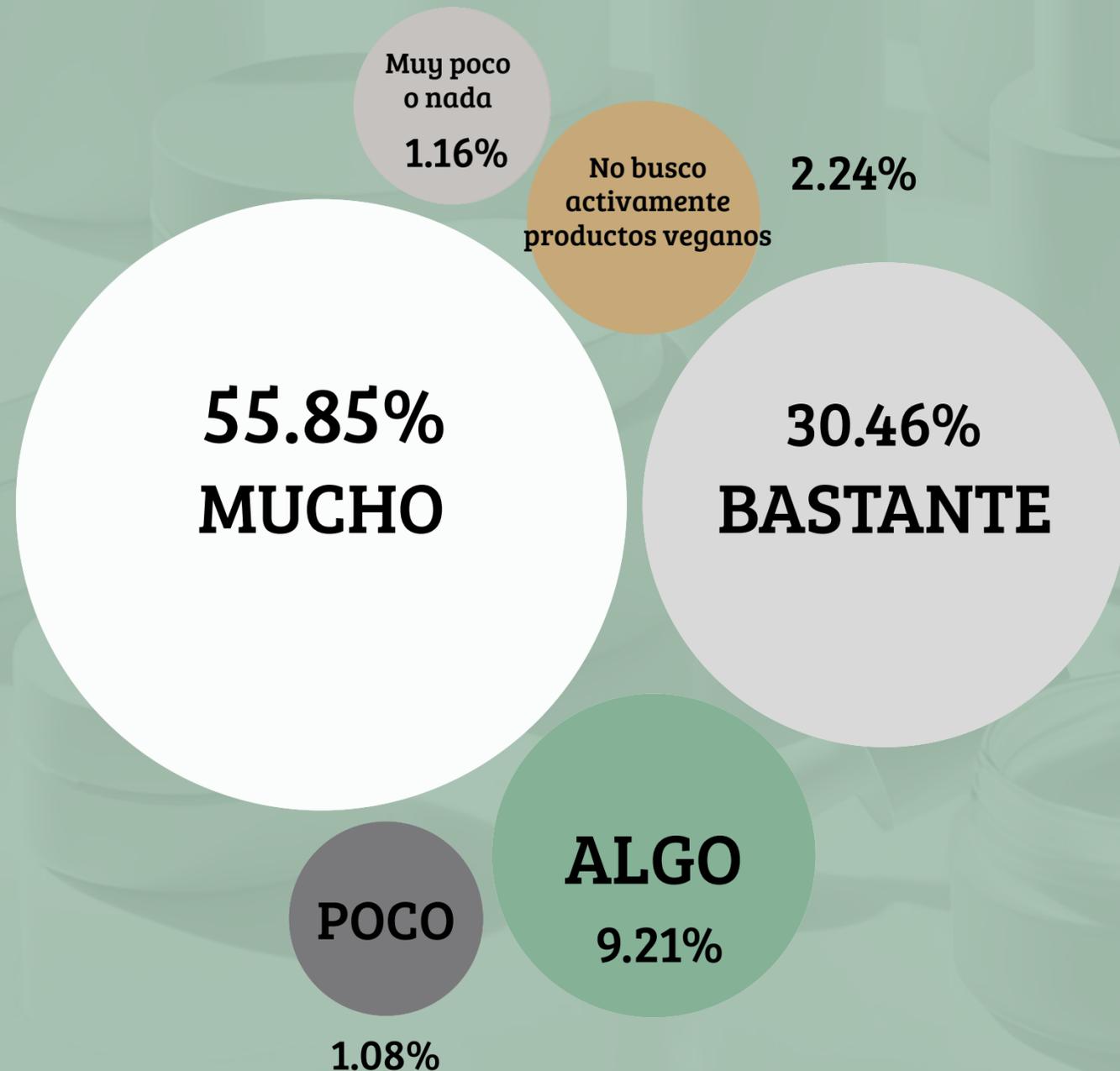
Calidad  
10.46%

Ninguno  
4.2%

Transparencia  
45.39%

Confianza  
67.47%





**¿Consideras que los productos certificados por V-Label te facilitan una mejor elección en tu alimentación?**

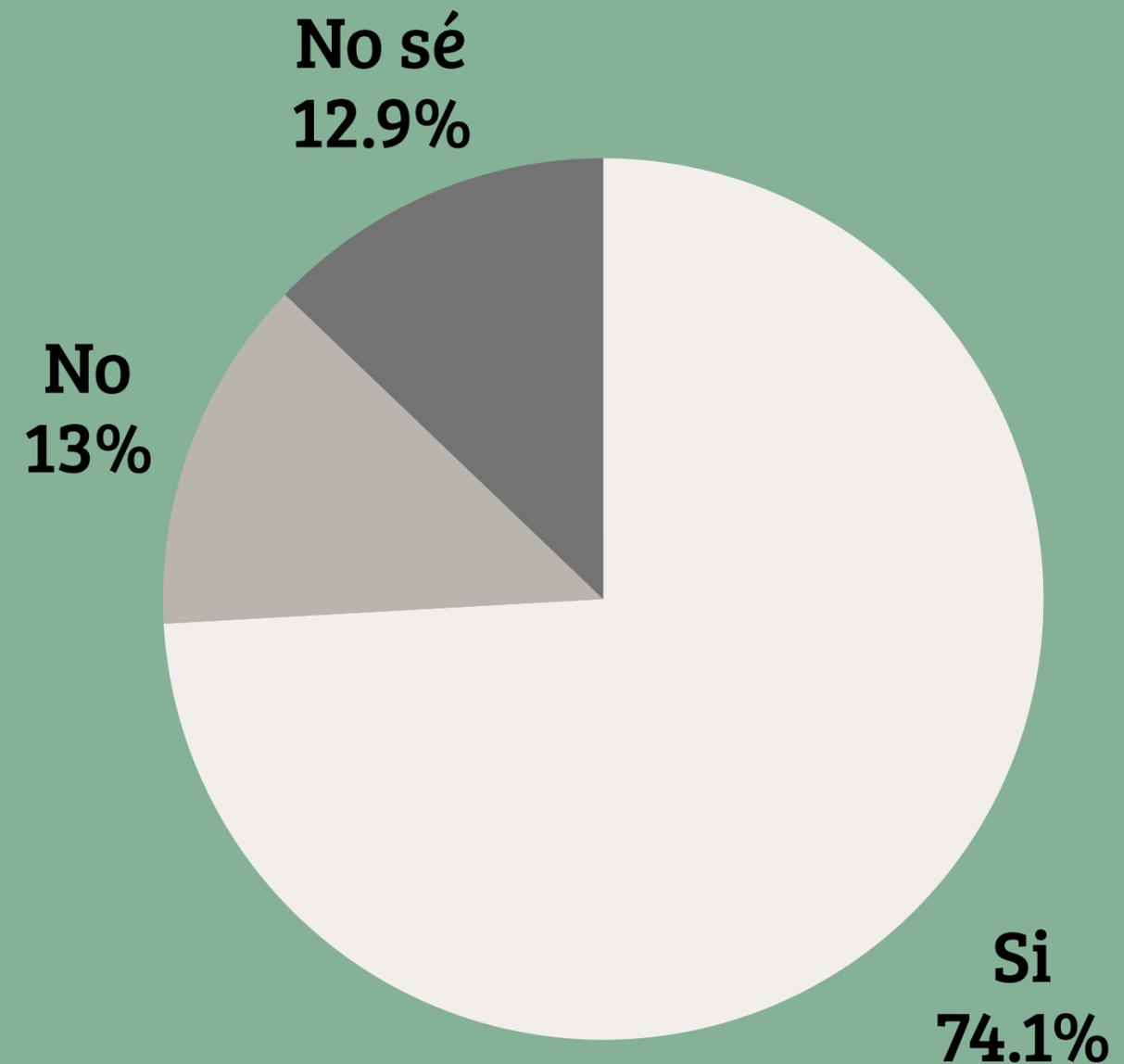
# ¿Hasta qué punto influye el sello V-Label en tu decisión de compra?

NADA

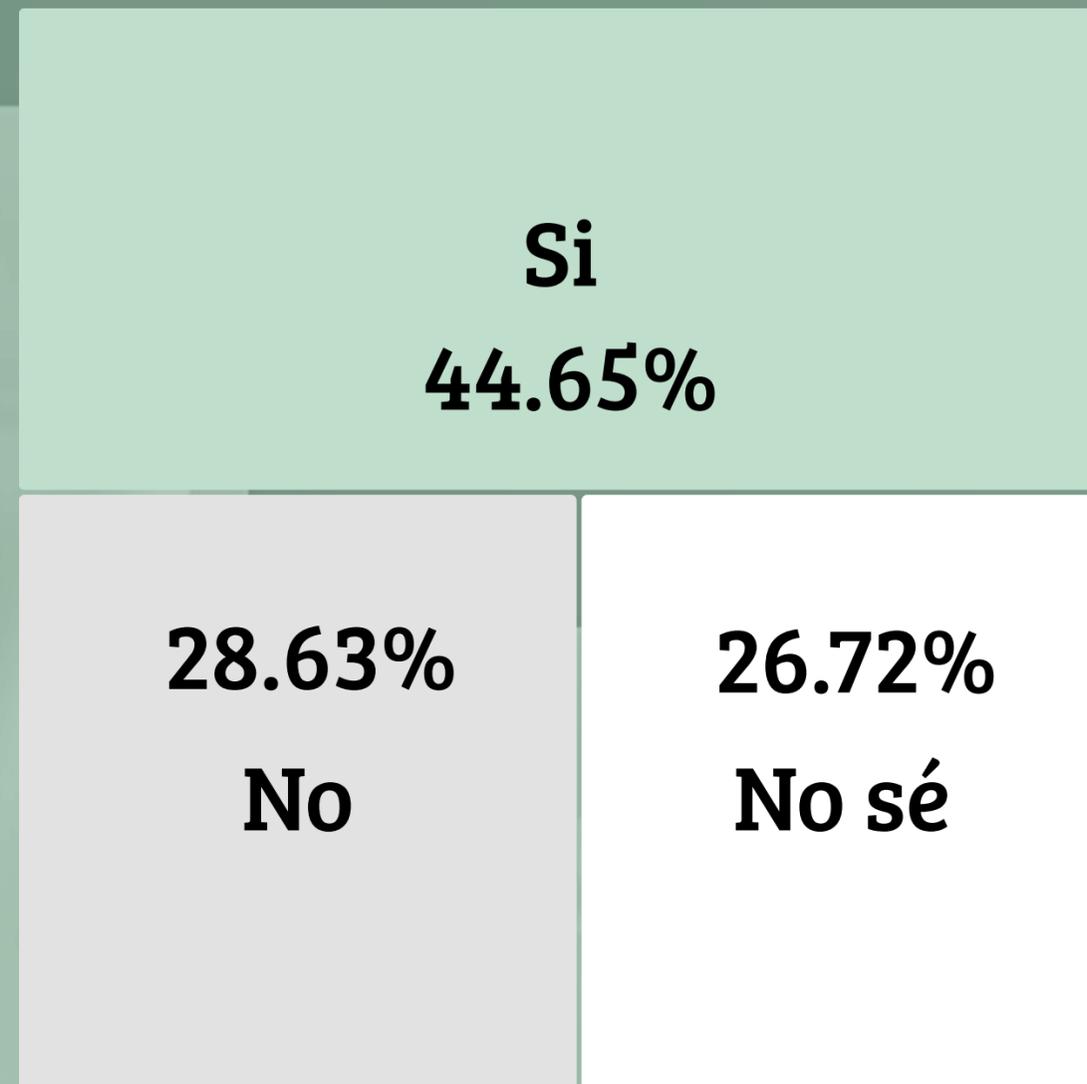
MUCHO



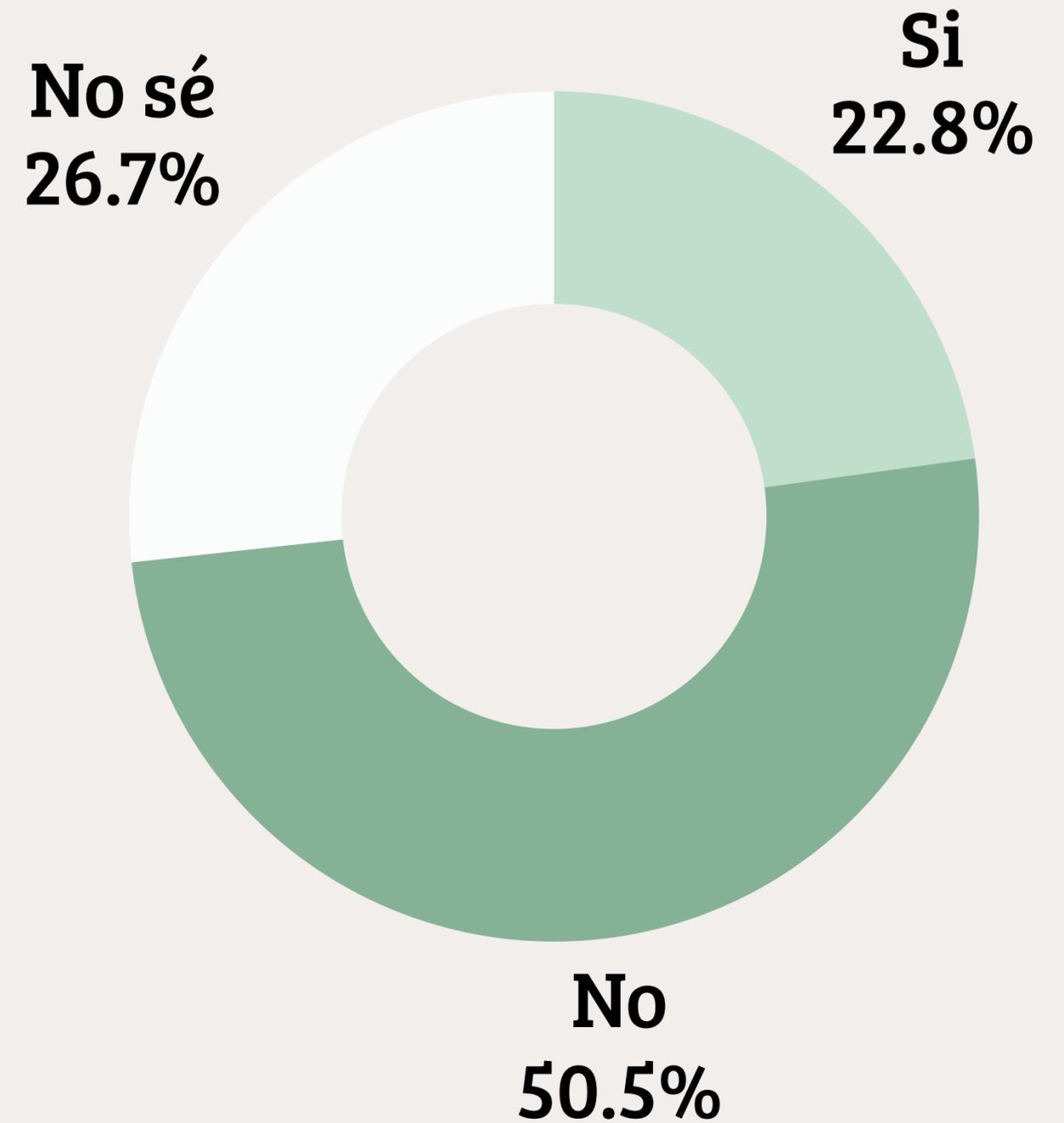
**¿Priorizas la compra de un producto con el sello V-Label en lugar de otro sin certificación?**



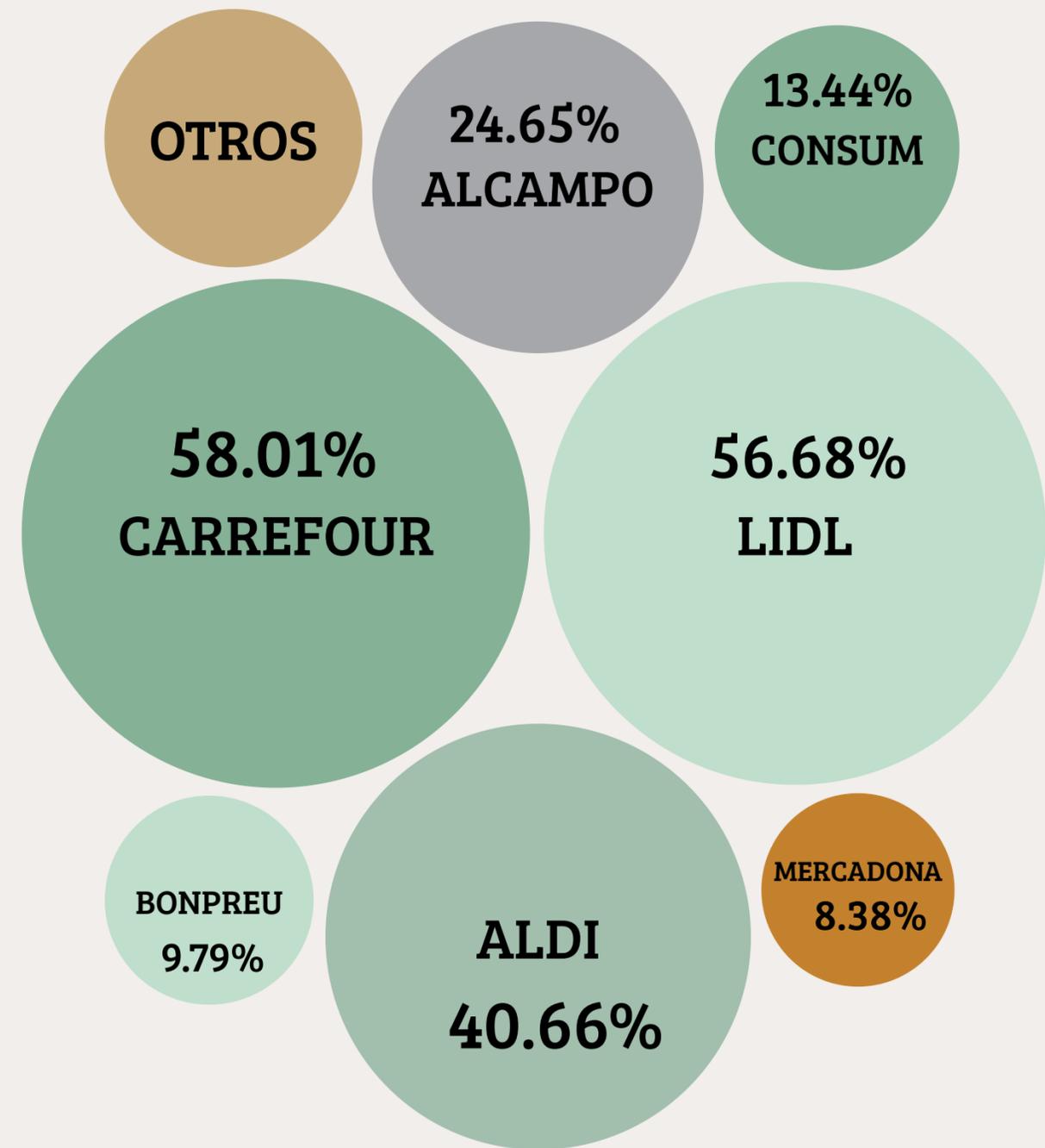
¿Prefieres un  
producto con sello  
V-Label aunque  
sea más caro?



**¿Crees que el  
sello V-Label es  
suficientemente  
conocido en  
España?**



¿En qué superficie encuentras con más frecuencia productos con el selo V-Label?





**¿Qué otros sellos  
o certificaciones  
reconoces al  
comprar  
productos  
veganos o  
vegetarianos?**

# Conclusiones de la encuesta 'Reconocimiento del Sello V-Label en España'



# Alta notoriedad del sello V-Label entre la población veggie

Un **92,95%** de los encuestados afirmó conocer el sello **V-Label**, lo que refleja un elevado grado de reconocimiento entre la población consultada, especialmente considerando que **la mayoría de los participantes siguen una alimentación vegana (62,07%) o vegetariana (20,66%).**

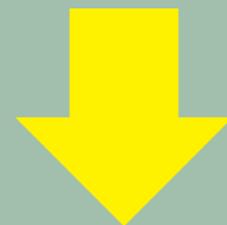
Las  
empresas  
que  
certifican  
están bien  
valoradas



Un **93,11%** valora  
positivamente a  
las empresas  
que certifican  
sus productos con  
V-Label frente a  
aquellas que  
no lo hacen.

# Influencia directa en la decisión de compra

El sello tiene un impacto significativo en las decisiones de compra. Para el **91% de los encuestados supone un gran nivel de confianza** y a un **50%** le cuesta identificar un producto vegano si no lleva el sello.



Para **el 92,11% de las personas el sello es bastante útil a la hora de elegir productos** → 62.82% extremadamente útil + 29.29% muy útil a la hora de elegir.

**Para el 73% el sello V-Label resulta determinante a la hora de elegir qué producto comprar.**

**Un 74,11% prefiere productos con V-Label frente a otros sin certificación.**

# La utilidad del sello para facilitar elecciones alimentarias

**El 86,31% de los encuestados afirma que el sello V-Label les facilita 'mucho' (55.85%) o 'bastante' (30.46%) la elección de productos acordes con su estilo de vida, subrayando su valor como herramienta de compra consciente.**



Además a un **67.47%** le **aporta confianza** y a un **45.39%** **transparencia.**

El **94%** **asocia el sello V-Label a producto vegano,** pero solo un **7%** lo relaciona con salud y un **5,9%** con sostenibilidad.

# Presencia en grandes superficies

**Carrefour 58.01%, Lidl 56.68% y Aldi 40.66%** destacan como las cadenas donde con mayor frecuencia se encuentran productos con sello V-Label, lo cual indica una buena penetración del sello en la distribución comercial.

**El menos valorado de las cadenas más conocidas en España es Mercadona 8.38%.**

5

# Datos a destacar



- 1. El 91% de los encuestados confía en el sello V-Label**
- 2. El 93,11% de los consumidores valora positivamente a las empresas que certifican sus productos con V-Label**
- 3. El 74% prefiere comprar productos con sello V-Label frente a otros sin certificar**
- 4. Más del 86,31% afirma que el sello les facilita “mucho” (55,85%) o “bastante” (30,46%) la elección de productos**
- 5. Las superficies donde más se encuentra el sello V-Label según los consumidores son: Carrefour (58,01%), Lidl (56,68%) y Aldi (40,66%)**

# 1. El 91% de los encuestados confía en el sello V-Label

¿Por qué es importante?

Este nivel de confianza es una muestra clara del prestigio y credibilidad que el sello ha conseguido entre consumidores conscientes. Refleja que V-Label es visto como una fuente fiable y autorizada para identificar productos aptos para dietas veganas y vegetarianas.

¿Qué implica?

- Refuerza el valor del sello como herramienta de marketing y posicionamiento ético para las marcas.
- Sienta una base sólida para seguir construyendo lealtad y diferenciación.
- Muestra una oportunidad para expandir su reconocimiento a nuevos públicos, como los flexitarianos o consumidores interesados en la sostenibilidad.

## **2. El 93,11% de los consumidores valora positivamente a las empresas que certifican sus productos con V-Label**

**¿Por qué es importante?**

Este dato evidencia que la certificación no solo beneficia al consumidor, sino que también aumenta la percepción de valor y reputación de la marca que la utiliza.

**¿Qué implica?**

- Las empresas que apuestan por certificar con V-Label mejoran su imagen frente a la competencia.
- Esto se traduce en mayor fidelidad del cliente y ventaja comercial, especialmente en mercados donde la ética y la transparencia pesan cada vez más.

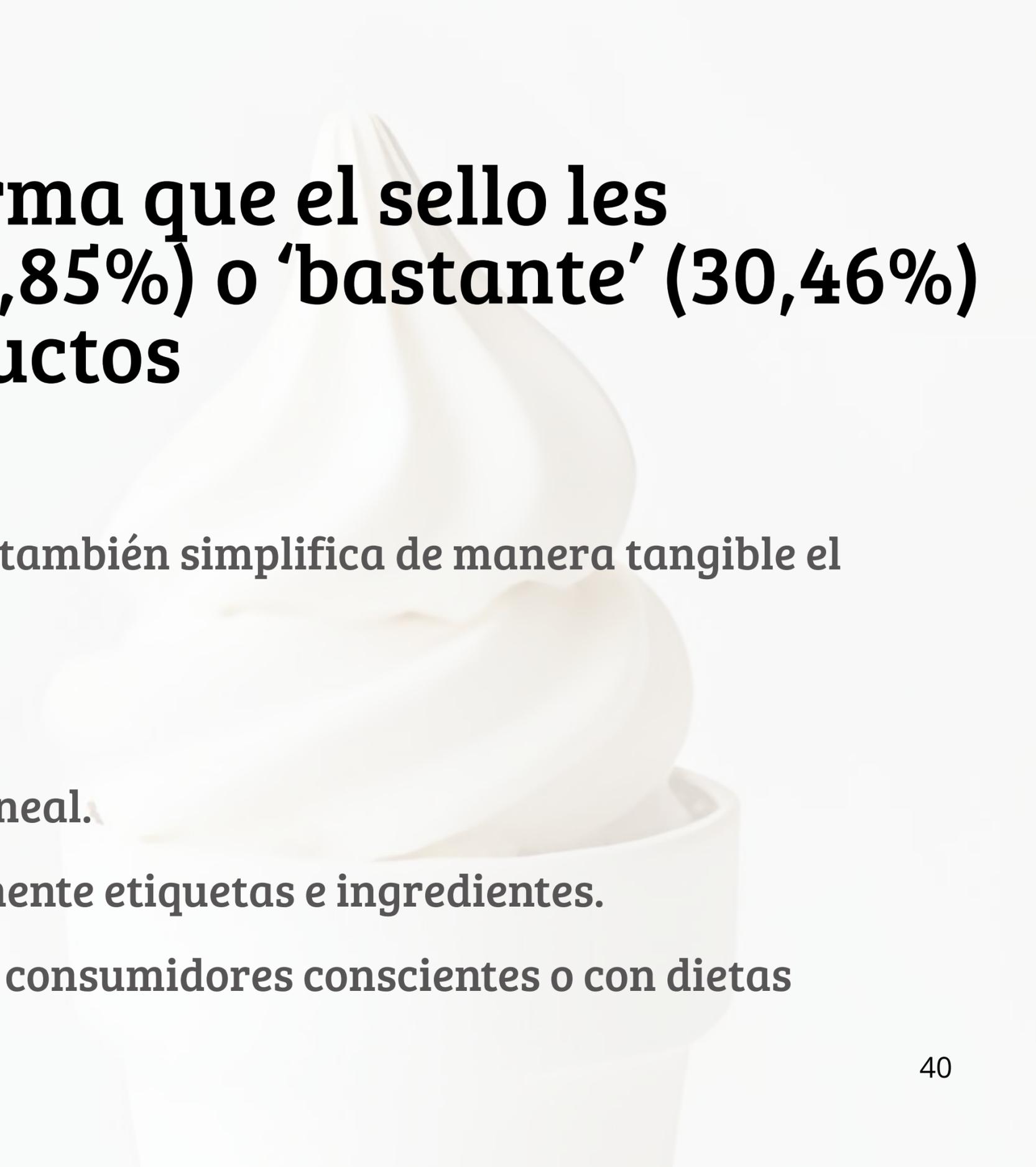
# 5. El 74% prefiere comprar productos con sello V-Label frente a otros sin certificar

**¿Por qué es importante?**

El sello no es solo simbólico: tiene un impacto directo y concreto en la decisión de compra. Las personas consumidoras lo usan como criterio clave para elegir un producto frente a otro.

**¿Qué implica?**

- Certificar productos con V-Label influye positivamente en las ventas.
- Refuerza su utilidad como herramienta de conversión en el lineal o ecommerce.
- Muestra que el sello activa una respuesta emocional y racional en la compra, posicionándose como un elemento diferencial de valor.



**➤ Más del 86,31% afirma que el sello les facilita 'mucho' (55,85%) o 'bastante' (30,46%) la elección de productos**

**¿Por qué es importante?**

El sello no solo aporta confianza, sino que también simplifica de manera tangible el proceso de compra.

**¿Qué implica?**

- Facilita y agiliza las decisiones en el lineal.
- Reduce la necesidad de leer detenidamente etiquetas e ingredientes.
- Mejora la experiencia de compra para consumidores conscientes o con dietas específicas.

# 5. Las superficies donde más se encuentra el sello V-Label según los consumidores son: Carrefour (58,01%), Lidl (56,68%) y Aldi (40,66%)

¿Por qué es importante?

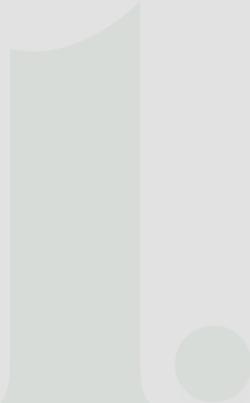
Indica que el sello V-Label tiene una buena penetración y visibilidad en la gran distribución, clave para su impacto comercial.

¿Qué implica?

- Amplía el alcance del sello a un público más amplio, más allá de tiendas especializadas.
- Refuerza la normalización del consumo vegano y vegetariano en el mercado masivo.
- Señala oportunidades de crecimiento en cadenas menos representadas, como Mercadona (8,38%).

# Aspectos a reforzar





Aunque el sello es ampliamente reconocido entre 92,95% del público objetivo, un **50,46% de los encuestados cree que todavía no es suficientemente conocido** en el conjunto de la sociedad española.

Esto refleja una visibilidad limitada fuera de su nicho, posiblemente por falta de difusión en medios generalistas o desigual acceso a la información. Para ampliar su reconocimiento social, se debe realizar una estrategia de comunicación más amplia e inclusiva, utilizando campañas en medios masivos, colaboraciones institucionales y educación pública que refuercen su legitimidad y alcance en toda la sociedad.



Aunque el sello supone una certificación de elevada confianza para el consumidor (un 91%) y lo consideren bastante útil (92,11%), **un 44.23% afirma leer los ingredientes de la etiqueta** aunque lleve la certificación frente a un 49.71% que no lo hace.

Muchos consumidores siguen leyendo ingredientes pese a confiar en el sello, por hábito arraigado, deseo de control personal, conocimiento de posibles excepciones y porque diferencian entre confianza alta y absoluta. La posible solución puede pasar por comunicar mejor los criterios y controles del sello y educar sobre qué garantiza realmente, para que los consumidores se sientan más seguros y reduzcan la necesidad de comprobar por sí mismos cada producto.

# RESUMEN



La encuesta muestra que el sello V-Label tiene un **altísimo nivel de reconocimiento y confianza entre personas veganas y vegetarianas**, facilita la elección de productos acordes a su estilo de vida y refuerza la percepción positiva hacia las marcas que lo utilizan. Su presencia en **grandes superficies contribuye a normalizar el consumo vegano en el mercado masivo**. Aunque algunos consumidores siguen revisando ingredientes y aún queda margen para crecer fuera del nicho veggie, los resultados reflejan un impacto muy positivo y consolidado del sello.



 +34 865 64 40 37

 [adm@unionvegetariana.org](mailto:adm@unionvegetariana.org)

 [@unionvegetarianaespanola](https://www.instagram.com/unionvegetarianaespanola)

 [@vlabel.spain](https://www.instagram.com/vlabel.spain)

**uv'e**  
Unión Vegetariana  
Española

