

ISSN electrónico: 2445-1355

DOI: <https://orcid.org/10.14201/fj20251014957>

## ESTUDIO DE CAMPO DE LAS CERTIFICACIONES VEGANAS Y VEGETARIANAS EN EL ETIQUETADO DE ALIMENTOS PROCESADOS

### *Field Study of Vegan and Vegetarian Certifications in the Labeling of Processed Foods*

Marta DÍAZ ÁLVAREZ 

Elvira MANJÓN PÉREZ 

Cristina ALCALDE EON\* 

Departamento de Química Analítica, Nutrición y Bromatología. Facultad de Farmacia. Universidad de Salamanca. 37003. Salamanca, España

\* Correo-e: [crisascaldeon@usal.es](mailto:crisascaldeon@usal.es)

**RESUMEN:** Los consumidores actuales buscan productos saludables, éticos y con bajo impacto ambiental, lo que ha impulsado el crecimiento de dietas flexitarianas, vegetarianas y veganas. Certificaciones como el sello V-Label, The Vegan Society o Vegan Action, reconocidas mundialmente, aseguran que los productos cumplen con estándares veganos y/o vegetarianos, garantizando la ausencia de ingredientes de origen animal y pruebas en animales. Sin embargo, la falta de una legislación específica en la Unión Europea permite que en el etiquetado de los alimentos puedan aparecer sellos “no oficiales”, lo que puede generar confusión en los consumidores. El objetivo del presente estudio es analizar la prevalencia y calidad de las certificaciones veganas y vegetarianas en alimentos procesados. Para ello, se ha analizado el etiquetado de alimentos procesados disponibles en distintos tipos de comercios de Valladolid. De los 158 productos analizados, el 62% tenía sello oficial, siendo V-Label el más frecuente (95%). Aunque hay un número significativo de productos con certificación, el 38% carece de ella, lo que muestra la necesidad de una regulación más estricta y homogénea

para mejorar la protección del consumidor y facilitar la toma de decisiones de quienes buscan productos veganos o vegetarianos.

*Palabras clave:* certificación oficial; vegano; vegetariano; alimentos procesados.

**ABSTRACT:** Current consumers are looking for healthy, ethical, and environmentally friendly products, which has led to the rise of flexitarian, vegetarian, and vegan diets. Certifications such as the V-Label, The Vegan Society or Vegan Action, globally recognized, ensure that products meet vegan or vegetarian standards, guaranteeing the absence of animal-derived ingredients and animal testing. However, the lack of a specific legislation in the European Union makes possible the presence of “non-official” certifications on food labeling, which can cause confusion among consumers. The objective of this study is to analyze the prevalence and quality of vegan and vegetarian certifications in processed foods. For this purpose, the labels of processed foods that were available in different types of stores in Valladolid have been analyzed. From the 158 products analyzed, 62% showed an official seal, with V-Label being the most common (95%). Although there is a significant number of certified products, 38% lack any certification, highlighting the need for stricter and more uniform regulation to improve consumer protection and make it easier for those seeking vegan or vegetarian products to make informed purchasing decisions.

*Keywords:* official certification; vegan; vegetarian; processed foods.

## 1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, los consumidores en todo el mundo buscan productos saludables, éticos y accesibles, con bajo impacto ambiental. En este sentido, en los últimos años ha aumentado la adopción de dietas flexitarianas, vegetarianas y veganas.

Los vegetarianos no consumen carne, pero sí productos animales como leche, huevos o miel, basando su dieta principalmente en frutas, verduras y legumbres. La preocupación por el sufrimiento animal lleva a algunos a ser vegetarianos estrictos, ovolactovegetarianos (consumen leche y huevos), ovovegetarianos (solo huevos) o lactovegetarianos (solo leche).

El veganismo, a diferencia del vegetarianismo, es una filosofía de vida que considera a los animales como sujetos morales. Esto implica abstenerse de consumir cualquier producto de origen animal, incluyendo alimentos, cosméticos y

prendas de vestir, además de evitar el uso de productos testados en animales y no participar en eventos que impliquen maltrato animal (González Berruga, 2022).

Existen varias formas de certificar productos veganos o vegetarianos, siendo la inclusión de sellos oficiales en el etiquetado de cada producto la más reconocida y en la que nos centraremos en este trabajo. El principal sello de referencia vegano y vegetariano a nivel mundial es V-Label (Figura 1B). Este sello asegura que los productos etiquetados como **veganos** no usan ingredientes de origen animal en ninguna etapa de producción, considerando también aditivos y aromas, y que en la producción de los productos etiquetados como **vegetarianos** solo se permite el uso de leche, calostro, huevos de gallinas criadas en suelo, miel, cera de abejas, propóleo o grasa de lana, y sus productos derivados. Además, garantiza que se minimiza la presencia de trazas no vegetarianas o veganas y que no se realizan pruebas en animales en ninguna fase de producción (Aslan, 2022).

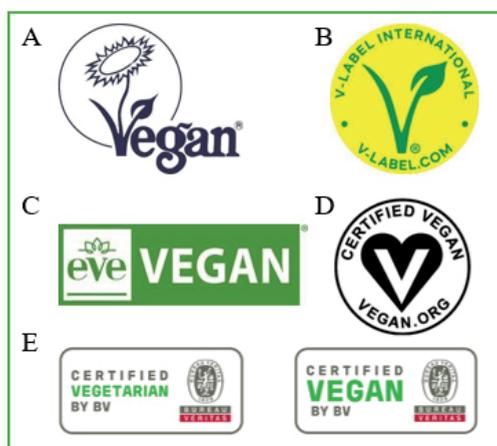


FIGURA 1. Principales sellos veganos oficiales.

Aparte de V-Label existen otras certificaciones oficiales menos utilizadas y conocidas por los consumidores, como:

- THE VEGAN SOCIETY (Figura 1A): sello lanzado en 1990 que asegura que los productos no contienen ingredientes de origen animal ni han sido testados en animales. Cuenta con una renovación anual para que la información de los productos certificados esté actualizada correctamente.
- EVE (Expertise Vegan Europe) VEGAN (Figura 1C): certificación establecida en Francia desde 2016, certifica materias primas, productos y fabricantes en varios sectores, incluyendo alimentación y cosméticos.

- VEGAN ACTION (Figura 1D): reconocida principalmente en Estados Unidos, garantiza que los productos no contienen ingredientes ni subproductos de origen animal y no han sido testados en animales (Bueno y Vegano, 2023).
- BUREAU VERITAS (Figura 1E): Certifica productos veganos y vegetarianos según un reglamento propio con un riguroso control de materias primas, de ingredientes, de proveedores, del proceso productivo y del producto final incluyendo toma de muestras mediante auditores que serán analizadas en el laboratorio (Bazaga, 2024).

Actualmente no existe una legislación que regule el etiquetado de los productos veganos y vegetarianos, pero en 2018 la Comisión Europea decidió registrar una Iniciativa Ciudadana Europea titulada “*Etiquetado obligatorio de los alimentos como vegetarianos/veganos*”. En dicha iniciativa se declaran las dificultades que tienen estos ciudadanos para encontrar alimentos adecuados a su estilo de vida y solicitan a la Comisión Europea que proponga etiquetas con distintivos en estos productos alimentarios para así facilitar su identificación (European Commission, 2018).

## 2. OBJETIVO

El objetivo de este trabajo es analizar la prevalencia y la calidad de las certificaciones veganas y vegetarianas utilizadas en el etiquetado de **alimentos procesados**, con el propósito de identificar posibles áreas de mejora en la regulación y aplicación de estas certificaciones, así como ver su influencia en las decisiones de compra de los consumidores.

## 3. MATERIALES Y MÉTODOS

Para la realización de este estudio se ha analizado el etiquetado de un total de 158 alimentos procesados provenientes de 5 tipos de comercios de alimentación. En todos ellos aparecían sellos oficiales o no oficiales o aparecía escrito en el envase del producto que era ‘vegano’ o ‘vegetariano’.

### *Selección de superficies comerciales y de alimentos procesados*

Para la realización del trabajo se seleccionaron 5 superficies comerciales: 3 supermercados físicos, 1 supermercado online y 1 tienda física especializada en productos vegetarianos y veganos. Todos ellos ubicados en la provincia de Valladolid.

La selección de los supermercados se hizo en base a si tenían o no productos etiquetados como ‘veganos’ o ‘vegetarianos’. Se visitaron inicialmente un total de 5 supermercados físicos: Mercadona, Día, Carrefour, Hipercor y Alimerka.

Algunos de estos supermercados, como el Día o el Mercadona, no contaron apenas con productos con estas certificaciones por lo que fueron descartados tras la visita inicial. Finalmente, los supermercados elegidos fueron Carrefour, Hipercor y Alimerka. Como supermercado online, Gadis y como tienda especializada en productos veganos y vegetarianos, Veggs.

### *Recogida de datos*

Para el estudio de campo y la toma de datos se han visitado las distintas superficies comerciales seleccionadas o bien se ha entrado en su página web (Gadis online) y se han ido tomando fotografías de los distintos productos que tuvieran en su envase un sello vegano o vegetariano o algún tipo de indicación (no oficial) que pueda incitar al consumidor a comprarlo pensando que ese producto cumple con los criterios de su dieta.

### *Tratamiento de los datos*

Una vez recopilados los productos, se ha realizado una tabla en Microsoft Excel para clasificarlos. En la tabla se ha recogido la información de cada producto de manera individual, rellenando las distintas columnas con la siguiente información: alimento; marca; supermercado; sello oficial/no oficial; vegano/vegetariano; indicación vegana/vegetariana; posible producto sospechoso.

## 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### *Distribución de los productos por la información presentada en el etiquetado*

De los 158 productos analizados, 38 productos (24%) no tenían sello y 120 (76%) sí tenían (Figura 2). De los 120 productos que sí tenían sello, 22 (18%) tenían un sello que no era oficial frente a 98 (82%) que contaban con sello oficial (Figura 2). Por tanto, 98 productos de 158 contaban con sello oficialmente reconocido lo que supone que más de la mitad de los productos analizados (62%) presentaban una certificación oficial.

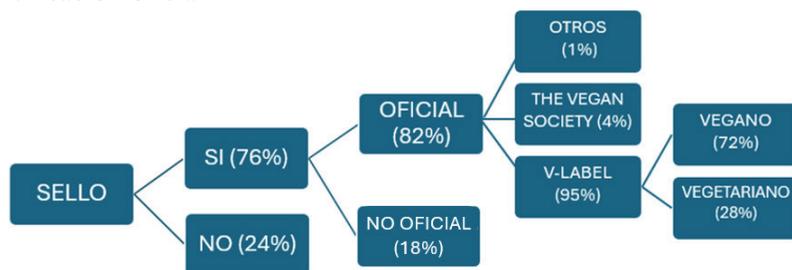


FIGURA 2. Representación esquemática de los resultados atendiendo a los sellos, su carácter oficial, y tipos de sellos analizados.

### Productos con sello oficial

Entre los 98 productos con sello oficial, se identificaron tres tipos: V-Label en 93 productos (95%), The Vegan Society en 4 productos (4%) y otros sellos en 1 producto (1%) (Figura 2). Con los resultados de este estudio queda patente que V-Label es el sello oficial más extendido y reconocido globalmente (95% de los productos con sello oficial).

El sello V-Label, a su vez, diferencia en función de si los productos son veganos o vegetarianos. De los 93 productos con sello V-Label, 67 productos (72%) han sido clasificados como veganos y 26 (28%), como vegetarianos (Figura 2). Atendiendo a los ingredientes, los productos vegetarianos presentan algunos componentes no aptos para veganos por lo que la diferenciación es adecuada para facilitar la elección a la hora de comprarlos. Algunos de estos ingredientes que se han podido observar en las etiquetas de los productos vegetarianos son: clara de huevo en polvo, queso, leche, mantequilla o nata.

### Productos con sello no oficial

Dentro de los productos con sello, el 18% de ellos tenían un sello no oficial (Figura 2), lo que significa que no tienen reconocimiento, aprobación o apoyo oficial de ninguna autoridad u organización. A pesar de ser un pequeño porcentaje, estos sellos no oficiales pueden influir a los consumidores a comprar ciertos productos sin ningún tipo de garantía de que hayan sido producidos cumpliendo los preceptos de la alimentación vegana o vegetariana y sin garantizar que todos sus ingredientes sean aptos para este tipo de consumidores. En este sentido, un estudio reciente muestra el impacto que tienen las etiquetas en la mente de los consumidores (Bahena, 2024). En dicho estudio, los participantes podían elegir entre alimentos saludables o sostenibles (opción 1) y veganos o de origen vegetal (opción 2), y la mayor parte de los participantes eligieron la primera opción. El etiquetado afectó de manera distinta a consumidores habituales de productos veganos que a los consumidores no habituales. Aquellas personas que no solían consumir productos veganos aceptaron más aquéllos etiquetados como '*saludables*' pues las referencias veganas les hacen dudar de su sabor, en cambio, los consumidores veganos se decantaron por aquellos productos etiquetados como veganos, incluso aunque los sellos que llevaran no fueran oficiales.

### Productos sin sello

De los 158 productos analizados, 38 productos (24% del total) no tenían ningún sello (Figura 2), pero a pesar de ello fueron seleccionados para el presente trabajo porque en alguna parte de la etiqueta del producto presentaban alguna inscripción que hacía referencia a que ese producto era vegano o vegetariano. Algunas de las inscripciones más frecuentes que se encontraron en estos productos fueron '*apto*

*para veganos*, *‘apto para vegetarianos*’, *‘100% vegano*’, *‘vegan friendly*’, *‘veggie*’. Al igual que en el caso de los sellos no oficiales, dichas inscripciones pueden influir en la decisión de compra de ciertos alimentos por parte del consumidor, con lo que algunas empresas lo utilizan como reclamo.

La mayoría de los alimentos procesados analizados (62%) cumplen con los estándares para ser certificados como veganos o vegetarianos, lo cual es positivo para los consumidores que buscan estos productos, pero todavía hay margen de mejora pues queda aún un 38% de los productos sin certificación oficial, lo que deja a dichos consumidores desprotegidos frente a la decisión de compra y consumo de los mismos.

#### *Distribución de los productos por superficie comercial*

Analizando la distribución de los productos en función de las distintas superficies comerciales seleccionadas se pudo ver que Carrefour es el que más oferta de productos procesados para veganos/vegetarianos tiene, con un total de 63 productos, lo que representa el 40% del total de productos analizados (Tabla 1). Le sigue Hipercor con 50 productos (32% del total), Gadis online con 21 productos (13%), Alimerka con 13 productos (8%) y la tienda vegetariana Veggs con 11 productos (7%).

TABLA 1. Distribución de los productos analizados según la superficie comercial, si presentaban sello en el etiquetado y la oficialidad de dichos sellos.

DISTRIBUCIÓN POR SUPERFICIE COMERCIAL	SELLO		TIPO DE SELLO	
	SI	NO	OFICIAL	NO OFICIAL
CARREFOUR (40%)	78%	22%	88%	12%
HIPERCOR (32%)	74%	26%	76%	24%
GADIS ONLINE (13%)	71%	29%	87%	13%
ALIMERKA (8%)	92%	8%	100%	0%
TIENDA VEGGS (7%)	55%	45%	33%	67%

Al igual que se hizo para el conjunto de todos los productos, se ha analizado para cada superficie comercial la distribución de productos sin sello y con sello, y dentro de estos últimos, el porcentaje de sellos que eran oficiales.

### Carrefour

Atendiendo al total de los productos analizados provenientes de Carrefour (63 productos) (Tabla 1), el 78% de ellos contaban con sello, dentro de los cuales el 88% eran oficiales y el 12% no oficiales. Por el contrario, un 22% no contaba con ningún tipo de sello.

### Hipercor

En Hipercor (Tabla 1), de un total de 50 productos analizados, el 74% tenían sello y el 26% no. Dentro de los 37 productos que tenían sello, un 24% eran no oficiales y un 76% oficiales.

### Alimerka

En cuanto a Alimerka (Tabla 1), de los 13 productos analizados, el 92% de ellos contaban con sello y destaca que todos ellos eran oficiales. Solo un 8% de los productos no tenían ningún tipo de sello.

### Gadis online

Gadis online fue elegido para analizar la facilidad con la que los consumidores veganos y vegetarianos pueden hacer sus compras online y para analizar la información disponible sobre estos productos. De los 21 productos analizados, el 29% no tenía sello (Tabla 1), el porcentaje más alto entre los cuatro supermercados evaluados (excluyendo la tienda especializada). Del 71% que sí tenían sello, el 87% presentaba sellos oficiales y el 13% sellos no oficiales.

### Tienda Veggs

En la tienda vegetariana Veggs (Tabla 1) sólo se encontraron 11 productos que se podían incluir dentro de este estudio. Además, de esos 11 productos solo 6 tenían sello (55% del total) y esos sellos, en la mayoría de los productos (67%) eran no oficiales y solo el 33% eran oficiales. Dicho resultado parece indicar que los consumidores que acuden a este tipo de tiendas especializadas se fían de que los productos que allí se venden cumplen con los estándares veganos/vegetarianos. Dicha premisa sólo podrá cumplirse si existe un proceso muy restrictivo de selección de proveedores por parte de la tienda, información de la que no dispone el consumidor en la actualidad.

## 5. CONCLUSIONES

- Existe en el mercado un número significativo de productos procesados “rápidos de preparar” aptos para veganos o vegetarianos, pues más de la mitad de los productos analizados han presentado un sello oficial certificado. No obstante,

hay todavía margen de mejora para una mayor protección de los consumidores de estos tipos de productos.

- Entre todos los sellos oficiales, el sello V-Label parece ser el más extensamente empleado por las empresas alimentarias, con presencia en un 95% de los productos analizados. Dicho sello permite al consumidor diferenciar entre productos veganos y vegetarianos.
- Carrefour es el supermercado que cuenta con más variedad de productos de este tipo y es, junto con Alimerka, el que presentó mayor porcentaje de productos con sellos oficiales.
- Llama la atención la tienda Veggs que, a pesar de ser una tienda especializada, presenta muy poca variedad de alimentos procesados y, sobre todo, con escaso porcentaje de certificación.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Aslan C. Información general [Internet]. V-Label; 2022 [citado el 17 de junio de 2024]. Disponible en: <https://www.v-label.com/es/informacion-general-para-consumidores/>
- Bahena L. Cambiar el mensaje de etiquetas atrae consumidores [Internet]. THE FOOD TECH - Medio de noticias líder en la Industria de Alimentos y Bebidas. THE FOOD TECH; 2024 [citado el 17 de junio de 2024]. Disponible en: <https://thefoodtech.com/normatividad-y-certificaciones/cambiar-el-mensaje-de-etiquetas-atrae-consumidores/>
- Bazaga M. Certificación Vegano - Vegetariano by Bureau Veritas [Internet]. España. [citado el 17 de junio de 2024]. Disponible en: <https://www.bureauveritas.es/certificacion/agroalimentario/vegano-vegetariano>
- González Berruga, M.A. Vegetarianismo y Veganismo en la Formación e Investigación en Educación Física y el Deporte. Una Perspectiva desde Ecuador. Rev.Hallazgos21 [Internet]. 2022 [citado el 17 de junio de 2024]; 7(1):22-41. Disponible en: <http://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/>
- European Commission; [Internet]. 2018 [citado el 17 de junio de 2024]. Disponible en: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP\\_18\\_6317](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP_18_6317)
- Buenoyvegano.com [Internet]. Bueno y Vegano; 2023 [citado el 17 de junio de 2024]. Disponible en: [https://www.buenoyvegano.com/2023/09/28/que-sellos-certifican-que-un-producto-es-vegano/?Qué sellos certifican que un producto es vegano? - Bueno y Vegano](https://www.buenoyvegano.com/2023/09/28/que-sellos-certifican-que-un-producto-es-vegano/?Qué%20sellos%20certifican%20que%20un%20producto%20es%20vegano%3F)