



Alimentación saludable en Chile

Ficha técnica- Estudio 2026

METODOLOGÍA DE ESTUDIO

Estudio concluyente en base a metodología cuantitativa, realizado mediante 797 encuestas online, con compradores a nivel nacional (Chile).

SEGMENTO OBJETIVO

Hombres y mujeres.
Entre los 18 y 80 años.
GSE ABC1, C2, C3, DE.
Personas que hayan realizado una compra online en el periodo (febrero 2026).
Residentes en Chile: Región Metropolitana (70%), regiones (30%).

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

Trabajo de campo realizado entre el 27 de febrero y 14 de marzo de 2026.
Resultados ponderados por peso poblacional y consumidor Ecommerce.
Ponderador para GSE: AIM 2023.
Error muestral $\pm 3,5\%$ para el total de la muestra bajo supuestos de aleatoriedad simple.

Una mirada evolutiva sobre las tendencias de alimentación saludable

Se analizan dos estudios sobre alimentación saludable. En 2024 se considera al consumidor online y offline y en 2026 al consumidor online.

Estudio 2024

La alimentación saludable se construye sobre tres pilares claros:

- Naturalidad
- Evitar ultra procesados
- Sellos como eje central



Estudio 2026

Se acentúan y aumentan su relevancia las dimensiones a las que hace referencia el estudio de 2024:

- Sellos
- Naturalidad (sin aditivos)
- Que no sean tan procesados

Se acentúan los focos encontrados en el estudio de 2024, sin embargo, se observan matices diferenciales: Hoy la decisión es más simple y el proceso más fácil.





Tipo de alimentación: Se instala la idea de saludable desde la autopercepción

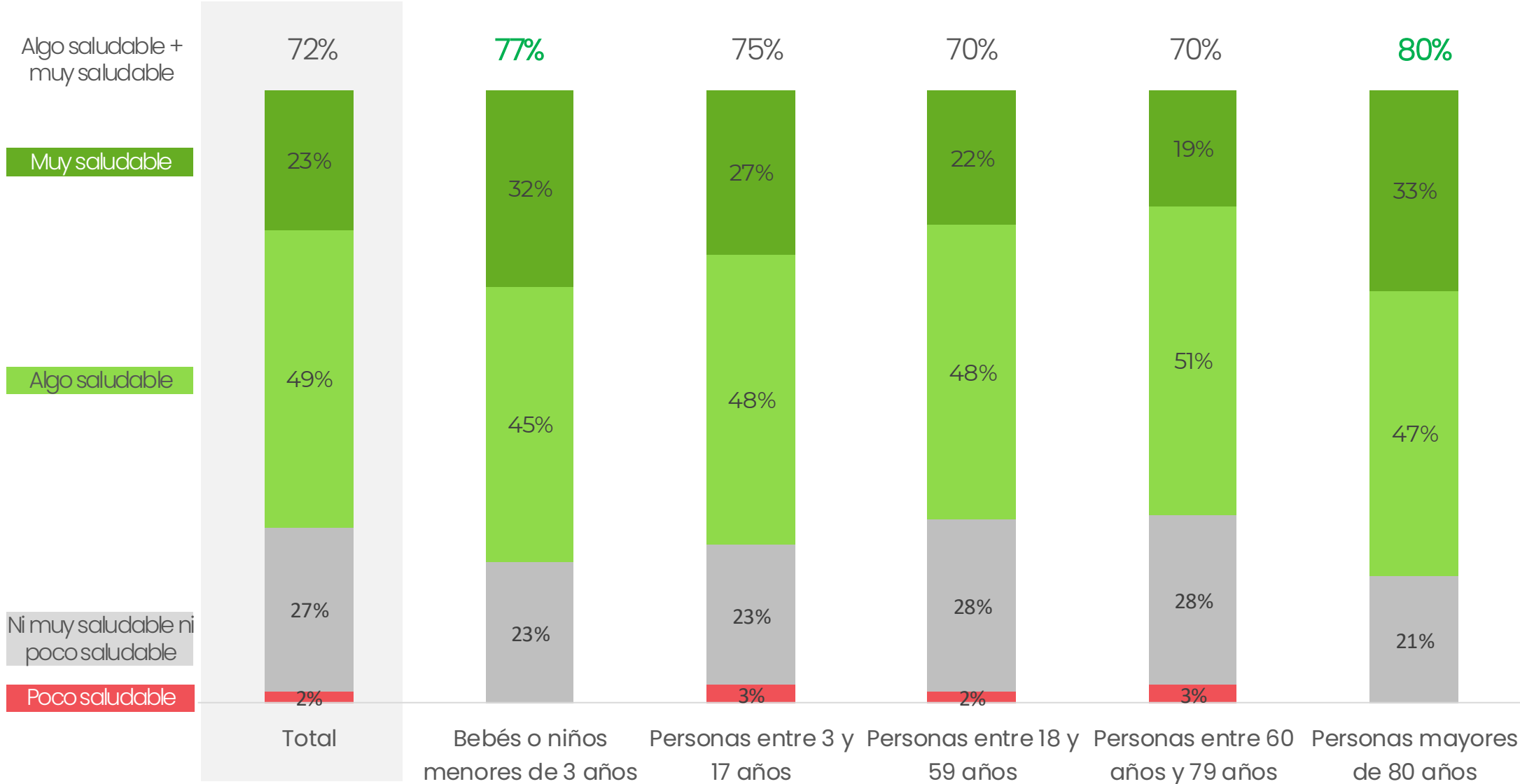
72% declara llevar una alimentación saludable o muy saludable, 20 puntos porcentuales más en relación con la muestra de 2024.

72% 

de los compradores digitales declara que lleva una alimentación saludable o muy saludable.

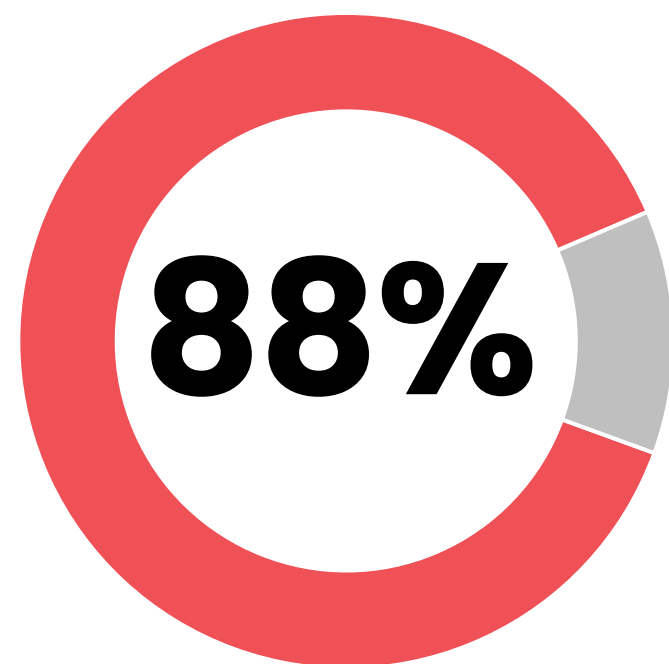
Los niveles más altos se observan en hogares con niños pequeños y en personas mayores de 60 años.

Referencia 2024 **52%**
Algo saludable + muy saludable



¿Cómo definirías el tipo de alimentación que llevas? Por favor, responde en una escala de 1 a 5 donde 1 es "nada saludable" y 5 es "muy saludable"

La compra saludable ya es parte de la canasta habitual en ecommerce



9 de cada 10 consumidores incluye productos saludables en su compra

La adopción es transversal y no muestra diferencias relevantes por nivel socioeconómico. Las personas que no consideran este tipo de productos en última compra online de alimentos alcanzan un 13%

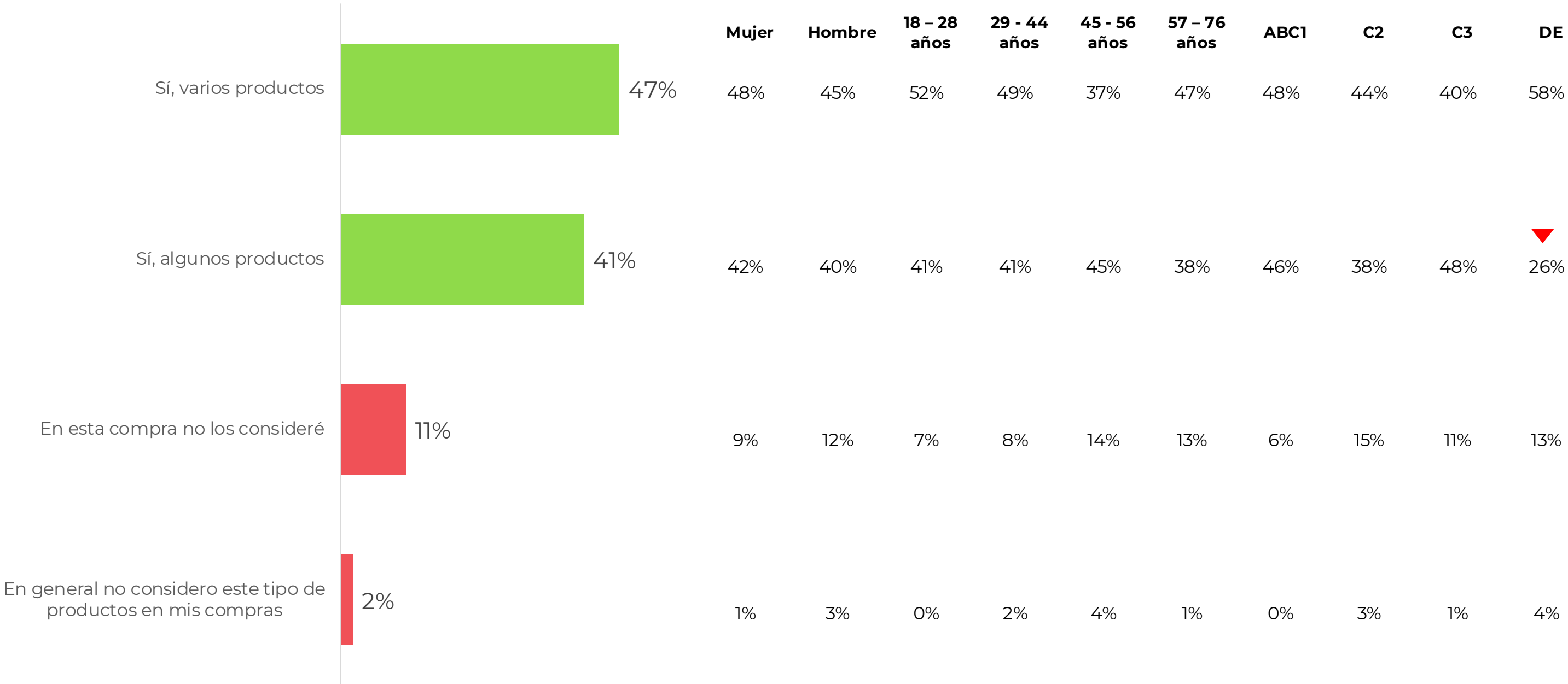
En tu última compra online en supermercado, ¿incluiste productos que consideras saludables? (por ejemplo: productos bajos en grasa, sin sellos de advertencia, sin azúcar añadida, altos en proteína, orgánicos, etc.)





Inclusión de productos saludables en la compra de supermercado

La gran mayoría de los consumidores incluye al menos algún producto saludable en su compra, consolidando su presencia en la canasta habitual. La alimentación saludable deja de ser un nicho y se instala como una práctica extendida, transversal a los consumidores y presente en la compra cotidiana..



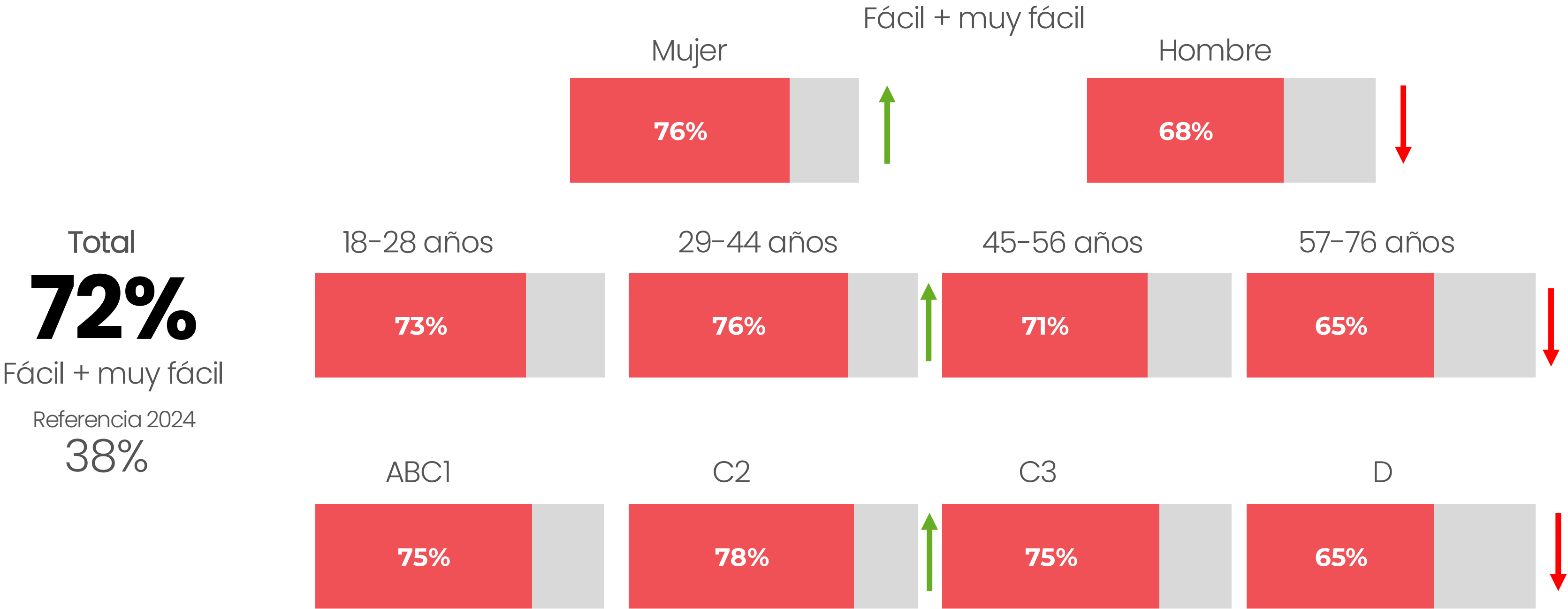
▲ ▼ Diferencias estadísticamente significativas

En tu última compra online en supermercado, ¿incluiste productos que consideras saludables? (por ejemplo: productos bajos en grasa, sin sellos de advertencia, sin azúcar añadida, altos en proteína, orgánicos, etc.)



Facilidad en la compra de alimentos saludables

La percepción de facilidad es transversal, aunque, en hombres, mayor edad y GSE bajos aun persiste una percepción de mayor dificultad.



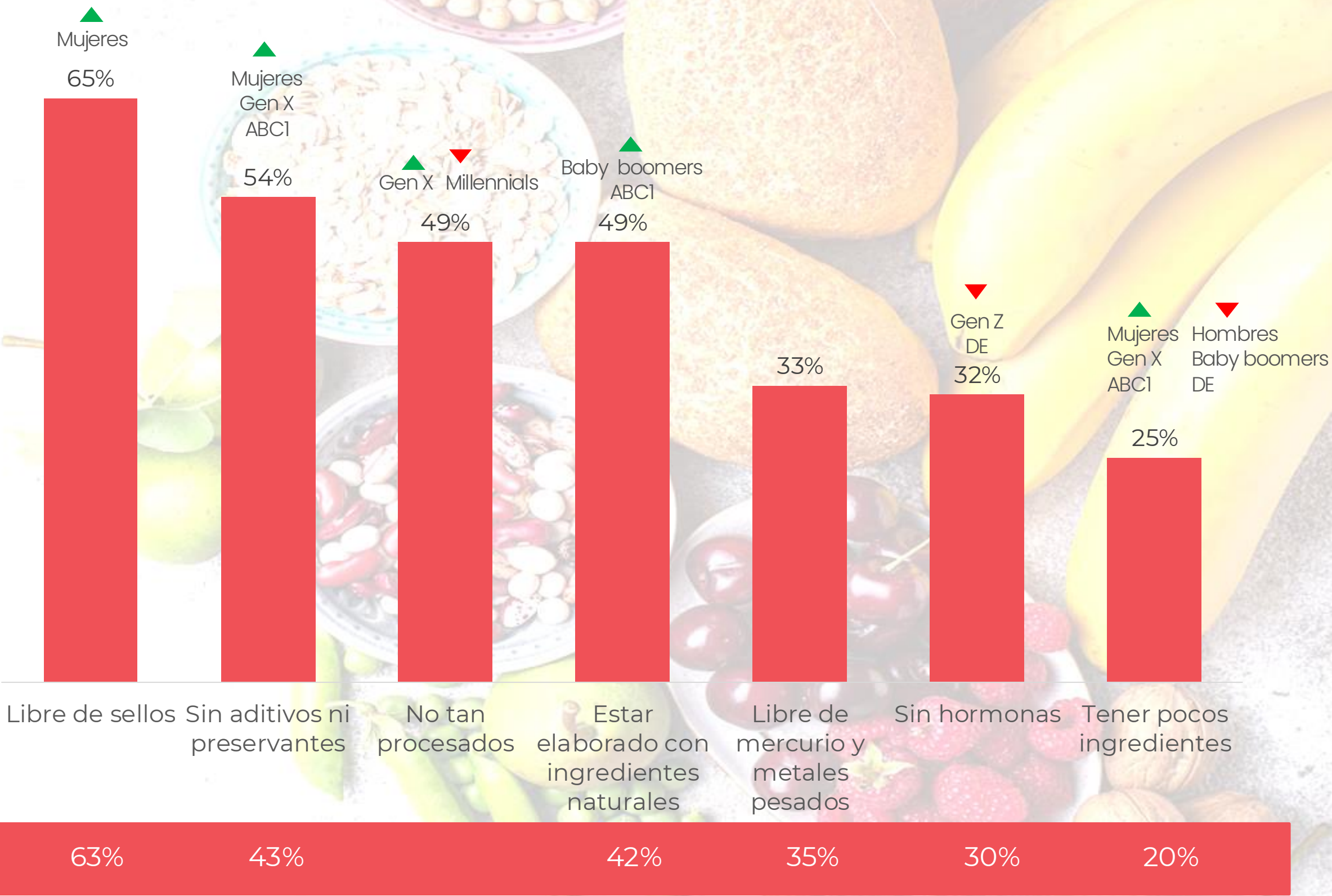
La percepción de facilidad es transversal, lo que facilita la integración de estos productos en la compra cotidiana.

¿Qué tan fácil consideras comprar alimentos saludables en online? Por favor, responde en una escala de 1 a 5 donde 1 es “muy difícil” y 5 es “muy fácil”

Características de un producto saludable

La principal característica que debe tener un producto para ser considerado saludable es que sea libre de sellos. En un segundo grupo se valoran aspectos asociados a elementos del producto como que no tenga aditivos ni preservantes, que no sea tan procesado y que este elaborado con ingredientes naturales.

La característica asociada a aditivos y es 11 puntos mayor que en la muestra de 2024.



18 - 28 AÑOS (GEN Z)
29 - 44 AÑOS (MILLENNIALS)
45 - 56 AÑOS (GEN X)
57 - 76 AÑOS (BABY BOOMER)

▲ ▼ Diferencias estadísticamente significativas

¿Qué características debe tener un alimento para que lo consideres saludable?



www.insitupartners.cl

contacto@insitupartners.cl

[@insitu_partners](#)