



## Tiendas Bajo la Lupa:

Ranking de retailers colombianos y sus avances en políticas de bienestar animal en la industria del huevo.





Este informe fue realizado por el equipo de Sinergia Animal en Colombia. La información recopilada en este es definitiva a partir del 8 de abril de 2026. Cualquier información adicional proporcionada por las compañías será incluida en futuros informes.

## Aportes

### Redacción:

**Stephany Méndez:** Magíster en Escritura Creativa de la Universidad Nacional de Colombia. Líder de Relaciones Corporativas en Sinergia Animal, Colombia

**Ricardo Díaz Alarcón:** Candidato a doctorado en la Universidad de Toronto. LL. M. de la Universidad de Harvard, abogado cum laude de la Universidad de los Andes. Ha trabajado como abogado especializado en derecho animal en Colombia y Estados Unidos, con organizaciones como Animal Outlook y PETA.

### Revisora Técnica:

**Fernanda Vieira, Animal Scientist:** Master's in Animal Production (UNESP), PhD focused on animal welfare (ESALQ/USP)

### Revisoras:


**Lucia Gomes, Lyda Durango, Katherin Torres.**

### Diseño:

**Julieta Gallo**

# content

• Presentación .....	P. 5
• ¿Por qué es importante este ranking? .....	P.5
◦ Prácticas éticas y derechos del consumidor .....	P. 6
◦ Contexto en nuestro país .....	P.7
• Metodología de evaluación .....	P. 7
◦ Criterios de evaluación .....	P.8
◦ Metodología, puntuación y criterios .....	P. 8
◦ Puntuación porcentual por categoría .....	P. 8
• Ranking de Retailers 2026 .....	P.9
• Análisis de resultados .....	P. 10
• Llamado a la acción .....	P. 11
• Recursos .....	P. 12



"(...) se espera que la transición a sistemas libres de jaulas evite más de 7.000 horas de dolor y sufrimiento por cada gallina ponedora criada en un galpón libre de jaulas en lugar de en una jaula en batería."

Schuck-Paim & Alonso, 2021, en Huevos libres de jaula: Transición global hacia modelos de negocio aceptables, Sinergia Animal, 2024.





## PRESENTACIÓN

Por segundo año consecutivo, y en línea con nuestro compromiso de poner fin a las prácticas más crueles de la ganadería industrial, como el confinamiento de gallinas en jaulas en batería, Sinergia Animal Colombia presenta el Ranking Tiendas Bajo la Lupa 2026. Esta iniciativa evalúa el estado de 18 supermercados y retailers con operación en el país, incluyendo empresas nacionales y actores pertenecientes a grupos multinacionales, frente a la adopción de políticas y compromisos para eliminar progresivamente el uso de jaulas en la industria del huevo.

En un contexto en el que 2025 marcó una fecha clave para la transición hacia sistemas libres de jaulas a nivel global, al concentrar la fecha límite de cumplimiento para una proporción significativa de empresas, el foco del debate se ha desplazado de los anuncios hacia la implementación efectiva y la rendición de cuentas. En este escenario, esta segunda edición busca ofrecer a las y los consumidores una herramienta clara e independiente que permita identificar avances, desafíos y niveles de transparencia en el sector. El informe no solo examina la existencia de compromisos públicos, sino también su alcance, grado de cumplimiento y claridad en la información disponible.

La edición 2026 refleja un año de cambios: algunas empresas han mostrado avances concretos, mientras que otras enfrentan aún importantes desafíos. Esperamos que los nuevos compromisos y actualizaciones respondan tanto a las particularidades de cada compañía como a un panorama nacional en el que el bienestar animal avanza progresivamente en la agenda empresarial y en las expectativas de las y los consumidores.

## ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ESTE RANKING?

Las jaulas en batería representan uno de los sistemas más restrictivos y crueles de producción animal. En ellas, las gallinas pasan su vida en espacios tan reducidos que no pueden caminar libremente ni realizar comportamientos básicos como anidar, percharse o extender sus alas por completo. Esta privación sostenida comúnmente genera sufrimiento físico y estrés, así como riesgos sanitarios asociados al hacinamiento y a la alta densidad de animales, incluida la presencia de patógenos (con potencial de afectar a los humanos) y el uso indebido de antibióticos, lo que contribuye a la resistencia antimicrobiana. En un contexto en el que la sostenibilidad integra cada vez más dimensiones éticas y de salud pública, este modelo resulta difícilmente justificable ante la opinión pública.

El bienestar animal forma hoy parte de una agenda de sostenibilidad integral que abarca riesgos ambientales, sociales, sanitarios y financieros. Ignorar estos factores expone a las empresas a riesgos regulatorios, reputacionales y de mercado. No es casual que marcos internacionales como las Directrices

para Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, redes de inversores como FAIRR Initiative o evaluaciones corporativas como el Business Benchmark on Farm Animal Welfare (BBFAW) integren explícitamente el bienestar animal dentro de la conducta empresarial responsable.

En este escenario, adoptar un compromiso libre de jaulas es una medida concreta, medible y costo-efectiva para iniciar la transición hacia modelos de negocio más aceptables. Permite reducir riesgos, responder a la demanda de mayor transparencia y enviar una señal clara mediante la cadena de suministro. Dado su poder de compra y su cercanía con las y los consumidores, los retailers desempeñan un papel decisivo: sus políticas pueden acelerar o frenar la transformación del sistema alimentario. Este ranking visibiliza ese liderazgo y promueve estándares acordes con las expectativas actuales de ética, transparencia, sostenibilidad y responsabilidad empresarial.

## PRÁCTICAS ÉTICAS Y DERECHOS DEL CONSUMIDOR

Por Ricardo Alarcón

Aunque los sistemas de producción en jaula son hoy legales en Colombia, esto no significa que sean éticamente aceptables. Cada vez más consumidores son conscientes de esta realidad y quieren tomar decisiones de compra que contribuyan a reducir el sufrimiento animal.

Esa preocupación ética no es irrelevante para el derecho. El ordenamiento jurídico reconoce el derecho de los consumidores a expresar sus valores en el mercado, lo cual solo es posible con información suficiente. El Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011) ordena a proveedores y productores suministrar información completa, veraz, transparente, verificable y oportuna. Cuando los huevos se comercializan bajo expresiones vagas y sin estándares verificables, se limita una elección verdaderamente informada. En todo caso, la ausencia de regulaciones específicas sobre sistemas de producción y etiquetado no elimina la obligación de los productores y proveedores de informar adecuadamente ni la responsabilidad de evitar inducir a error.

Hoy, la mayoría de retailers en Colombia carece de políticas para informar adecuadamente a los consumidores sobre los sistemas de producción de los huevos que comercializan. Esto representa tanto un riesgo jurídico como una oportunidad estratégica para el sector. Garantizar transparencia mediante compromisos claros y medibles fortalece el cumplimiento normativo y responde a una demanda social creciente: la de los consumidores que, de estar debidamente informados, empujarían el mercado hacia formas de producción más éticas.



## CONTEXTO EN NUESTRO PAÍS

En América Latina, el 87 % de la producción de huevos aún utiliza jaulas en batería.<sup>2</sup> En Colombia, en 2021 el 59 % de las gallinas de la industria se mantenían en estos sistemas, lo que representó una reducción de 11 puntos porcentuales frente al año anterior.<sup>3</sup> Este descenso en un periodo tan corto evidenció que la transición hacia sistemas alternativos es posible en el país. Sin embargo, no contamos con cifras oficiales actualizadas, ya que el sistema de producción no se contempla dentro del Censo Pecuario Nacional.

En el plano normativo, la Ley 1774 de 2016 reconoce a los animales como seres sintientes y la Resolución 0253 de 2020 adopta el marco de las Cinco Libertades.<sup>4</sup> Aunque la legislación colombiana no prohíbe explícitamente las jaulas en batería, la evidencia científica demuestra que estos sistemas restringen conductas naturales esenciales y dificultan el cumplimiento integral de dichos principios.

En la industria alimentaria, Colombia cuenta con 106 compañías de diversos rubros que ya se han comprometido a eliminar, con una fecha límite definida, el uso de huevos provenientes de sistemas con jaulas en batería dentro de sus cadenas de suministro. No obstante, en la primera edición de Tiendas Bajo la Lupa, realizada en 2025, se evidenció que de los 17 retailers evaluados solo el 11 % contaba con una política o compromiso público libre de jaulas.

Este contraste es especialmente relevante si se considera el rol estratégico del sector retail en la configuración de las decisiones de compra. Los supermercados no solo determinan qué productos llegan a las góndolas, sino que también influyen activamente en las prácticas de sus proveedores, en los estándares del mercado y en el comportamiento del consumidor final.

En un contexto de avances regionales y creciente atención pública sobre el bienestar animal, el liderazgo del retail puede acelerar transformaciones estructurales en la cadena de suministro del huevo.

## METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Para la edición 2026, ajustamos la metodología con el fin de reflejar de manera más precisa la realidad del mercado. Este año se eliminó el criterio concerniente a la cobertura en todas las marcas de supermercados, dado que no resultaba aplicable para la mayoría de los retailers evaluados. En total, se analizaron 18 empresas; algunas de las evaluadas el año anterior, fueron excluidas debido a cierres o procesos de adquisición, mientras que se incorporó un actor relevante a nivel regional.




La evaluación se basó exclusivamente en información pública disponible al momento del análisis. Se revisaron los sitios web corporativos, políticas oficiales y reportes de sostenibilidad publicados por las compañías, algunos de los cuales corresponden a 2024. Adicionalmente, se intentó contactar directamente a los retailers para solicitar información pública complementaria sobre sus políticas, compromisos públicos y avances en bienestar animal.

La ponderación de los compromisos y prácticas relacionados con el bienestar de las gallinas ponedoras se realizó sobre un total de 15 puntos (100%). Se evaluaron cinco criterios, cada uno con un máximo de tres puntos. Estos criterios fueron diseñados para medir no solo la existencia de compromisos públicos, sino también su alcance, claridad, mecanismos de implementación y nivel de transparencia, con el fin de asegurar que las políticas y compromisos anunciados se traduzcan en impactos reales para los animales.

# CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- 1 Cuenta con una política o compromiso libre de jaulas publicado.
- 2 Su política o compromiso abarca el 100% de la comercialización de huevos.
- 3 Su política o compromiso incluye huevos comercializados de marca propia y de terceros.
- 4 Su política o compromiso tiene una fecha límite de transición.
- 5 Reporta sus avances de implementación.

**Tabla 1: metodología, puntuación y criterios de evaluación**

<b>3</b> Puntos	 Cumple	La empresa ya cumple plenamente el criterio y cuenta con la información pública en un canal oficial de comunicación de su sitio web o en su informe anual con un lenguaje claro e inequívoco.
<b>1</b> Puntos	 Cumple parcialmente	La empresa cumple parcialmente con el criterio. No hay claridad en el lenguaje, no especifica la fecha de transición, no incluye todas sus marcas y/o sucursales, no reporta de forma adecuada su proceso de implementación.
<b>0</b> Puntos	 No cumple	La empresa no cumple con el criterio. No cuenta con una política ni compromiso publicado, no reporta sus avances de implementación.

**Tabla 2: puntuación porcentual por categoría**

Categoría	Puntaje	Porcentaje
Categoría A	10 – 15	66% – 100%
Categoría B	6 – 9	36% – 65%
Categoría C	0 – 5	0% – 35%

# RANKING DE RETAILERS 2026

Tabla 3: Ranking general de retailers

EMPRESA	CRITERIOS					Ranking (15 puntos 100%)	CATEGORÍA
	1	2	3	4	5		
Cencosud	3	1	1	3	0	8	B
Grupo Éxito	1	0	1	0	3	5	C
Makro	0	0	1	0	3	4	C
Tiendas Ara	1	0	1	1	1	4	C
Alkosto	0	0	0	0	0	0	C
Tiendas D1	0	0	0	0	0	0	C
Olímpica	0	0	0	0	0	0	C
Oxxo	0	0	0	0	0	0	C
Farmatodo	0	0	0	0	0	0	C
Supertiendas Cañaveral	0	0	0	0	0	0	C
Supermercados Surtifamiliar	0	0	0	0	0	0	C
PriceSmart	0	0	0	0	0	0	C
Ísimo	0	0	0	0	0	0	C
Mercaldas	0	0	0	0	0	0	C
Megatiendas	0	0	0	0	0	0	C
Euro Supermercado	0	0	0	0	0	0	C
Zapatoca	0	0	0	0	0	0	C
Supermercados la montaña	0	0	0	0	0	0	C



## ANÁLISIS DE RESULTADOS

En la edición 2026 fueron evaluados 18 retailers con presencia en el mercado colombiano. Los resultados evidencian que el avance del sector continúa siendo limitado: solo 5 de 18 empresas (28%) obtuvieron algún puntaje por contar con avances o elementos parciales relacionados con huevos libres de jaulas, mientras que 13 retailers (72%) no presentan ninguna política, compromiso público ni información verificable que permita evaluar su voluntad en esta materia.

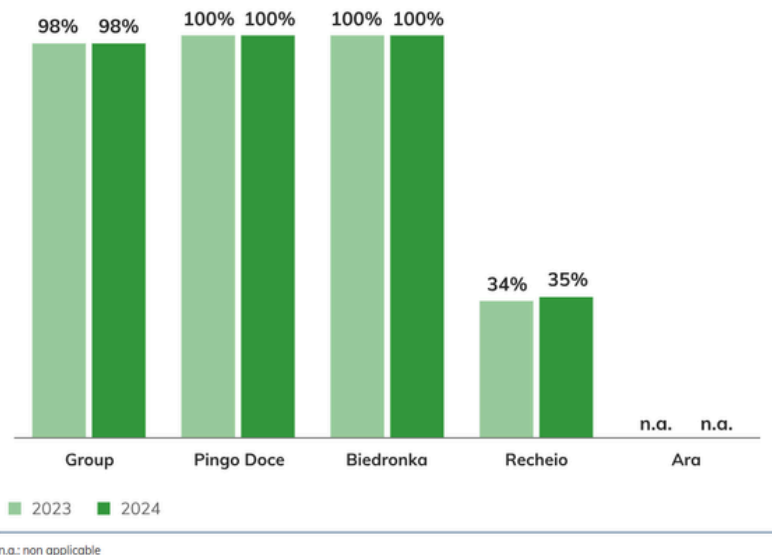
En términos de clasificación, únicamente una empresa (6%) se ubica en la categoría B, mientras que 17 retailers (94%) permanecen en la categoría C. Ninguna compañía alcanza la categoría A. La empresa con mayor puntaje relativo en el ranking es Cencosud.<sup>5</sup> Sin embargo, aún presenta oportunidades de mejora, particularmente en la definición del alcance total de su transición y en el reporte sistemático de avances que permita verificar el cumplimiento de sus metas. En su informe de sostenibilidad 2024 señala que el 43% de las ventas de huevos en Colombia corresponde a huevos de gallinas libres de jaula.<sup>6</sup> No obstante, esta cifra no necesariamente refleja el avance frente a un compromiso corporativo, ya que depende en gran medida de las decisiones de compra de los consumidores y no de una política o compromiso explícito de sustitución progresiva o ampliación de oferta por parte de la compañía.

En un nivel distinto, pero con elementos comparables, se encuentran Grupo Éxito y Makro. En el caso de Grupo Éxito, en 2025 su página web incluía una política sobre prácticas sostenibles en el sector avícola que establecía que el 100% de los huevos de marca propia serían provenientes de sistemas libres de jaulas para 2020. Sin embargo, en 2026 dicho documento fue modificado y ahora se limita a aspectos técnicos relacionados con el cumplimiento de la normativa legal vigente, omitiendo cualquier referencia a los sistemas de producción.<sup>7</sup> Aunque la empresa reporta en su informe de sostenibilidad 2025 que el 100% de los huevos de marca propia son libres de jaula,<sup>8</sup> la ausencia de un compromiso público explícito que manifieste la voluntad de rechazar o reducir el uso de jaulas en su cadena de suministro deja abierta la posibilidad de cambios futuros y limita la claridad frente a las y los consumidores.

Por su parte, Makro, que en el reporte anterior no contaba con información pública sobre este tema, indicó en su informe de 2024 que las ventas de huevos libres de jaula aumentaron un 20,7% respecto al año anterior.<sup>9</sup> Si bien aclara que los huevos de marca propia son libres de jaula, al igual que Grupo Éxito carece de un compromiso público claro y verificable. Además, sus declaraciones sobre bienestar animal no abordan explícitamente la eliminación de las jaulas en batería, un sistema que restringe severamente el comportamiento natural de las aves utilizadas para la producción de huevos.

Finalmente, este año se obtuvieron nuevos hallazgos en el caso de Tiendas Ara, perteneciente al grupo Jerónimo Martins. El grupo empresarial cuenta con una política de bienestar animal aplicable a los distintos países en los que opera.<sup>10</sup> Tal como se observa en uno de los gráficos de su reporte de sostenibilidad (Fig. 1), en el caso de Polonia y Portugal se reportan avances de hasta el 100% de comercialización de huevos provenientes de gallinas libres de sistemas de confinamiento en marcas propias.<sup>11</sup> En Colombia, sin embargo, no se han visto acciones concretas para la aplicabilidad de esta política global. Por un lado, en el país no cuentan con una marca propia de huevos para Tiendas Ara,

por lo que el avance para el país informado en su reporte de sostenibilidad de 2024 es de 0%; tampoco tienen un compromiso público adaptado al contexto colombiano, considerando que el país es pionero en la región en la adopción de sistemas alternativos de producción, como el galpón de piso y el libre pastoreo.



**Tabla. 4 Nota:** Gráfico tomado de Jerónimo Martins. **Annual Report 2024 – Sustainability: Animal Welfare.** El grupo Jerónimo Martins reporta avances significativos en otros mercados donde opera, como Portugal y Polonia. En Colombia, sin embargo, no reporta avances en la transición hacia huevos libres de jaula para Tiendas Ara.

En este contexto, es relevante mencionar el caso de Supermercados La Montaña, que mostró apertura e interés en la temática, facilitando el diálogo y compartiendo información sobre sus políticas y prácticas internas. Sin embargo, al no tratarse de documentos de carácter público, accesibles para las y los consumidores, no fue posible considerarlos dentro de la puntuación de esta edición del ranking.

En conjunto, los resultados de 2026 muestran que la transición hacia sistemas libres de jaulas en Colombia sigue siendo incipiente. La principal brecha del sector continúa siendo la ausencia de políticas o compromisos públicos claros, con metas definidas, alcance total y mecanismos de transparencia que permitan hacer seguimiento a su implementación. El liderazgo empresarial en bienestar animal sigue siendo la excepción y no la norma en el mercado colombiano.

## LLAMADO A LA ACCIÓN

Los resultados de 2026 muestran con claridad que el sector retail en Colombia aún tiene una deuda significativa en materia de bienestar animal y transparencia. La transición hacia sistemas libres de jaulas no es solo una expectativa ética: es una oportunidad estratégica para fortalecer la confianza de las y los consumidores, mitigar riesgos regulatorios y reputacionales, y alinearse con estándares internacionales de sostenibilidad. Por ello, hacemos un llamado a los retailers evaluados y a todo el sector a adoptar compromisos públicos claros, con alcance total, fechas límite definidas y reportes periódicos de avance que permitan verificar su implementación.

Asimismo, invitamos a las y los consumidores a ejercer su derecho a la información y a exigir mayor claridad sobre el origen y el sistema de producción de los huevos que adquieren. El cambio estructural en la industria del huevo es posible y ya ha comenzado en otros sectores. Colombia no debe quedarse atrás. El liderazgo del retail puede acelerar esta transformación y demostrar que un sistema alimentario más ético, transparente e integralmente sostenible no solo es necesario, sino plenamente alcanzable.

# Recursos

- 1 Vieira Fernanda, Huevos libres de jaula: Transición global hacia modelos de negocio aceptables, Sinergia Animal, 2024. <https://drive.google.com/drive/folders/1GZZfaFpk3owJ1Y-RY9E5E80tirz6KS1k>
- 2 ILH. "Datos Productivos LATAM 2024". Obtenido de: [https://images.engormix.com/externalFiles/6\\_Datos%20productivos%20LATAM%202024%20Original.pdf](https://images.engormix.com/externalFiles/6_Datos%20productivos%20LATAM%202024%20Original.pdf)
- 3 Watt Poultry International (2023). Colombia is a leading example for the egg industry. Obtenido de [https://www.poultryinternational-digital.com/poultryinternational/january\\_2023/MobilePagedReplica.action?pg28=undefined&pm=2&folio=26#pg28](https://www.poultryinternational-digital.com/poultryinternational/january_2023/MobilePagedReplica.action?pg28=undefined&pm=2&folio=26#pg28)
- 4 Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, Resolución 0253 de 2020. <https://fenavi.org/wp-content/uploads/2020/10/RESOLUCION-0253-DE-2020.pdf>
- 5 Cencosud, Compromiso Venta de Huevos Frescos de Gallinas Libres de Jaula Supermercados Cencosud Colombia. [https://www.cencosud.com/cencosud/site/docs/20220623/20220623094206/2\\_compromiso\\_venta\\_de\\_huevos\\_frescos\\_de\\_gallinas\\_libres\\_de\\_jaula.pdf](https://www.cencosud.com/cencosud/site/docs/20220623/20220623094206/2_compromiso_venta_de_huevos_frescos_de_gallinas_libres_de_jaula.pdf)
- 6 Cencosud S.A., Reporte de sostenibilidad 2024. [https://www.cencosud.com/cencosud/site/docs/20250730/20250730094701/2024\\_reporte\\_sostenibilidad\\_cencosud.pdf](https://www.cencosud.com/cencosud/site/docs/20250730/20250730094701/2024_reporte_sostenibilidad_cencosud.pdf)
- 7 Grupo Éxito, Lineamientos para proveedores de producción primaria Buenas Prácticas Agrícolas y bienestar animal. <https://www.grupoexito.com.co/es/proveedoresprimarios>
- 8 Grupo Éxito, Informe de sostenibilidad 2025. <https://www.grupoexito.com.co/es/informe-sostenibilidad-2025.pdf>
- 9 Nicolás Tobón, Makro, Informe de sostenibilidad 2024. <https://makro.com.co/informee-sostenibilidad-2024#modal>
- 10 Jerónimo Martins, Animal Welfare, <https://www.jeronimomartins.com/en/sustainability/environment/animal-welfare/>
- 11 Jerónimo Martins. Annual Report 2024 – Sustainability: Animal Welfare. <https://reports.jeronimomartins.com/annual-report/2024/sustainability/environment/managing-environmental-topics/biodiversity-and-ecosystems/animal-welfare.html>



## **SOBRE NOSOTRAS**

Sinergia Animal es una organización internacional que trabaja en los países del Sur Global para disminuir el sufrimiento de los animales en la industria alimentaria y promover hábitos alimentarios más compasivos.

Somos reconocidos como una de las ONG´s de protección animal más eficaces del mundo por la renombrada institución Animal Charity Evaluators (ACE).



[www.sinergiaanimalinternational.org](http://www.sinergiaanimalinternational.org)

