

Nudge:

el empujón necesario para vender productos vegetales a diversos perfiles de consumidores

Sugerir con sutileza, sin obviedad, es lo que plantea la estrategia de *nudge*, también conocida como la “teoría del empujoncito”, la cual propone el refuerzo positivo y las sugerencias sutiles para estimular la compra de productos. Esta teoría puede ayudarte a impulsar tus productos *plant-based*.

El *nudging* puede ayudar a estimular la compra de productos a base de plantas en aquellas personas que ya los integran en su alimentación de manera esporádica, ocasionalmente o que lo están considerando. En uno de nuestros estudios de mercado llevado a cabo en México, ¹ encontramos que 54% de las personas participantes reportó que los consumen de manera regular y 26% los consume esporádicamente o tiene la disponibilidad de probarlos de nuevo. Finalmente, 11% reportó que consumen estos productos diariamente.

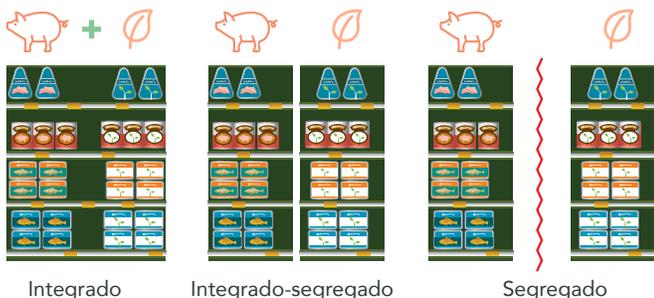
Aquí te compartimos algunas estrategias de nudging que puedes comenzar a implementar:

1. Ubica los productos a base de plantas junto a sus homólogos de origen animal

Las [investigaciones](#) sobre hábitos de consumo recomiendan que los productos *plant-based* deben ser colocados al lado de sus homólogos de origen animal. En nuestro estudio de mercado con Ipsos,² 56% de quienes participaron mencionó que sería más probable que los consumieran si estos estuvieran ubicados de esta manera.

Esto le permitirá principalmente a las personas consumidoras omnívoras y flexitarianas:

- Ubicarlos fácilmente al lado de un producto que potencialmente buscan reemplazar, por ejemplo, medallón de res para hamburguesa, por medallón a base de proteína de chicharo, o nieve de leche de vaca por nieve a base de bebida vegetal.
- Considerarlos como una opción más para conformar su dieta y, así, normalizar su presencia.



2. Destaca los productos *plant-based*

Hacer notar los productos a base de plantas es importante para atraer a todos los perfiles de consumidores. Esto les permitirá ubicar fácilmente los productos que desean incorporar a su lista de compras.

Algunas estrategias que puedes utilizar para destacar los productos *plant-based* son:

- Agrega etiquetas en los anaqueles que destaquen el origen vegetal de tus productos. Puedes hacerlo de la misma manera en la que se resaltan los productos orgánicos o locales.
- Usa diferentes medios de comunicación, como boletines, o estrategias de promoción, como combos, 2x1 u ofertas especiales, para que las personas consumidoras conozcan tu oferta de productos.
- Participa en festivales o ferias, o establece una fecha para destacar tus productos a base de plantas. [Veganuary](#) —el reto mundial más relevante para incentivar una alimentación a base de plantas— o el Día de la Tierra son buenas oportunidades.



*Puedes hacer A/B testing con diferentes términos, como “vegano”, “a base de plantas” o un icono alusivo a este tipo de alimentos, y evaluar cuál da mejores resultados entre tu clientela.

3. Incrementa tu oferta de productos

Es importante contar con una amplia variedad de productos en la misma categoría, por dos aspectos importantes:

- Para reforzar la idea de que los productos a base de plantas son una opción más de entre las cuales pueden elegir.
- A nivel nacional, en nuestro estudio de mercado más reciente³, encontramos que, de entre 1006 participantes, 57% de las personas encuestadas indicó que consideran las opciones vegetales como un elemento adicional para su alimentación, por lo que contar con una gama extensa de productos asegurará que tu oferta sea accesible para nuevos sectores del público y para tu clientela actual.

Nudge: el empujón necesario para vender productos vegetales a diversos perfiles de consumidores

¿Por qué es buena idea incrementar tu oferta de productos plant-based?

Aparte de normalizar la presencia de estos productos y ponerlos en la mente de tu clientela, existen algunos beneficios para tu empresa que tal vez aún no has contemplado:

1. Llegar a tus metas de sostenibilidad

Una medición importante en la sostenibilidad que todas las empresas buscan disminuir es su huella hídrica y de carbono. En el caso de las empresas donde los alimentos juegan un papel relevante en sus operaciones, como restaurantes y supermercados, es fundamental priorizar las ventas de los alimentos con menor impacto ambiental.



La producción de alimentos a base de plantas representa:



47% - 99%
menor uso de tierra



30% - 90%
menor emisión de gases de efecto invernadero



72% - 99%
menor uso de agua

Fuente: [The Good Food Institute, 2022](https://www.thegoodfoodinstitute.com/)

2. Participar en un mercado creciente e innovador

De acuerdo con datos de [Bloomberg Intelligence](https://www.bloombergint.com/), las proyecciones indican que, para el 2030, 7.7% del mercado global de las proteínas estará conformado por la versión vegetal de este producto, lo cual le daría un valor estimado de aproximadamente 162 mil millones de dólares.

Por su parte, [Statista](https://www.statista.com/) prevé que las ventas de productos a base de plantas en México igualen a las de Canadá este 2023, las rebasen en el 2024 y casi las dupliquen para el 2027.



3. Atraer a nuevos clientes

¿Sabías que en el 2022 México se posicionó en el sexto lugar de los países con mayor índice de participación a nivel global en el reto Veganuary⁴ (o Enero Vegano), y en el primer lugar en Latinoamérica?, ¿y que México es el país con más restaurantes 100% a base de plantas de Latinoamérica?⁵

De la misma manera, el creciente interés de la población por adoptar o probar una alimentación a base de plantas está reflejado en la oferta y demanda de productos plant-based que presentan los supermercados, los cuales son el sitio de compra principal y más recurrente de estos productos. En segundo lugar, se encuentran las tiendas especializadas físicas, y en tercer lugar, las tiendas especializadas en línea.¹

Estos datos nos indican que puedes acceder a una gran base de clientes potenciales al incrementar tu oferta de productos *plant-based*.

En EligeVeg, contamos con las herramientas y la experiencia para que el desarrollo y lanzamiento de tus productos *plant-based* sea exitoso.

¡Ahora es el momento!

www.eligeveg.com

innovacion@eligeveg.com

Teléfono: +52 (55) 8950 6263, ext. 701 y 702

Referencias

- 1 Innovative Marketing & Consultants. (2022). *Estudio de factibilidad de mercado vegano* [reporte]. EligeVeg y Asociación de Emprendedores Veganos de México.
- 2 Ipsos (2020). *Encuesta online de opinión pública sobre trato a animales de granja* [reporte]. Realizado para Mercy For Animals Latinoamérica.
- 3 Innovative Marketing & Consultants. (2022). *Estudio de factibilidad de mercado vegano* [reporte]. EligeVeg y Asociación de Emprendedores Veganos de México.
- 4 Veganuary. (2022). *Veganuary 2022: Reporte de campaña* [reporte]
- 5 Happy Cow y Veganuary. (2022). *Veganuary & Happy Cow: Lugares con más opciones veganas en Latam* [reporte].