

# BOLETÍN DE INNOVACIÓN ALIMENTARIA Q3-2022



ELIGEVEG

El desarrollo de las proteínas alternativas, incluso de aquéllas hechas a base de plantas, sigue en crecimiento. Se estima que, para el año 2040, estas proteínas ocuparán más del 50% del mercado internacional y desplazarán a la carne de animales al último lugar<sup>1</sup>.

Cafeterías y restaurantes como Starbucks, Burger King y Sonora Grill Group o productores como Sigma Alimentos y Pilgrim's han dado pasos importantes en esta dirección. A través de este boletín, podrás enterarte de lo que está sucediendo en el mercado *plant-based* en México y el mundo.

## Cinco lanzamientos que nos emocionaron este trimestre

El mercado *plant-based* avanza a paso firme en territorio mexicano. Prueba de ello es que este tercer trimestre del año hubo varios lanzamientos muy emocionantes en cafeterías, restaurantes y hasta en tiendas de conveniencia.

### La sirena y el unicornio



La empresa chilena NotCo, que cuenta con la categoría de "unicornio" por estar valuada arriba de los mil millones de dólares, y la franquiciataria mexicana Alsea anunciaron una alianza que le permitiría a ésta última introducir o aumentar la oferta de productos a base de plantas en sus restaurantes. Por ejemplo, Starbucks ha incorporado la NotMilk a su oferta de leches vegetales y la NotBurger en el Muffin Increíble, lo que la convierte en la primera cadena de cafeterías en

ofrecer una carne vegetal de nueva generación.

"En Alsea nos enfocamos en ampliar las opciones de productos [...], teniendo presente la variedad de gustos que hoy existen" comentó Armando Torrado, CEO de Alsea en un comunicado de prensa. En una entrevista reciente, Torrado declaró que el lanzamiento de la NotMilk fue "una locura" y aseguró que quebraron el inventario a las tres semanas.



**En nuestro último estudio de mercado en México, varias personas reportaron que les gustaría probar productos hechos a base de plantas en lugares como Starbucks y otras cafeterías, así como en restaurantes<sup>2</sup>.**

## El balance llega a 7-Eleven

Better Balance, en alianza con 7-Eleven México, creó el Veggie Bite, una versión a base de plantas de su famoso Big Bite. El lanzamiento fue a nivel local en algunas sucursales de Monterrey a manera de prueba. Se espera que haya un [lanzamiento](#) en 200 sucursales a nivel nacional próximamente.

**VEGGIE BITE**   
Hecho con proteína **100% vegetal**

Éste es un paso importante en la accesibilidad al mercado *plant-based*, ya que 7-Eleven es la primera tienda de conveniencia en México que lanza una opción a base de plantas en su línea de alimentos listos para comer.

## Una hamburguesa para nutrir el alma



Meatless Burger es la primera alternativa cárnica 2.0 de la marca de productos a base de plantas Delike y la primera hamburguesa desarrollada en Ingredion a nivel global. Además, el restaurante Soul levantó la mano para incluirla en su menú.

Delike e Ingredion, con el sazón de Soul, han logrado recrear la experiencia de la tradicional hamburguesa con ingredientes como proteína texturizada de chícharo, almidón y otros extractos vegetales.



**Las proteínas vegetales de nueva generación, que tanto paladares omnívoros como flexitarianos disfrutan, son un factor clave para la innovación en los menús de restaurantes y cafeterías.**

## **Ingredion va all-in con las proteínas vegetales**



En el marco de The Food Tech Summit and Expo, Ingredion presentó su más reciente innovación: huevo en polvo hecho a base de plantas que se cocina, actúa y sabe como un huevo de origen animal.

Esta nueva solución que brinda Ingredion abre la posibilidad a que empresas productoras, restaurantes, hoteles y comedores empresariales puedan ofrecer la experiencia de sus productos que tradicionalmente contienen huevo a personas veganas, con alergia al huevo o que, por otras situaciones de salud, evitan este ingrediente.

## **Toks le dice sí al Not**



En 2021 Toks, como parte de su estrategia de sostenibilidad, introdujo una hamburguesa con proteína vegetal a su menú. En agosto de este año, Toks renueva su menú *plant-based* y esta

vez lo hace de la mano de NotCo con “Menú para Todos”.

El “Menú para Todos” incluye dos hamburguesas, la Not Chicken Crispy y la Not Burger. Ambas cuentan con el sabor de las hamburguesas tradicionales que todo mundo conoce y disfruta.



**Así como estas empresas lanzaron opciones innovadoras e inclusivas, tú también puedes hacerlo. En EligeVeg te brindamos el apoyo y la orientación necesaria para el desarrollo y lanzamiento exitoso de opciones a base de plantas. Ponte en **contacto** y comencemos a colaborar.**

## EligeVeg en The Food Tech Summit & Expo



Después de tres años, vuelve The Food Tech Summit & Expo, el evento más grande de tecnología alimentaria en Latinoamérica. Éste se llevó a cabo el pasado 28 y 29 de septiembre en el Centro Citibanamex y contó con la asistencia de más de 18 725 personas.

Mariana Issa, Gerente *Sénior* en Innovación Alimentaria de EligeVeg, participó en el panel de expertos organizado por Ingredion titulado “¿Por qué *plant-based* no sólo es para veganos?”.

Mariana presentó algunos datos del estudio de mercado más reciente que EligeVeg elaboró a través de la agencia Innovative Marketing and Consultants en México a finales del 2021. En éste, se evaluó la percepción del mercado *plant-based* entre la población mexicana.

Entre los datos que se presentaron, destaca el hecho de que, de las 1116 personas encuestadas, sólo un 4% rechaza los productos hechos a base de plantas; el resto de quienes participaron los conoce y los consume o tiene interés en hacerlo. Destaca, entre este grupo, la persona flexitariana, que se enfoca en disminuir su consumo de alimentos de origen animal. Las personas con una alimentación flexitariana re-

presentan el mercado base de los productos a base de plantas y son en quienes los restaurantes y productores pueden capitalizar a través de alianzas estratégicas para llevar innovadoras y atractivas experiencias a sus paladares.

El tema *plant-based* estuvo muy presente en el resto de las conferencias y en el piso de exhibición, donde [pudimos](#) probar diferentes productos, desde proteínas vegetales hasta saborizantes y texturizadores sintéticos o a base de plantas con los que se pueden preparar diferentes platillos, como hamburguesas –con todo el sabor y la textura de las tradicionales–, atún, huevo, queso, helados y dulce de leche, todo libre de ingredientes de origen animal.

Nuestra participación en esta edición de The Food Tech Summit se extendió también a la versión impresa de la revista que fue distribuida entre todas las personas asistentes. En ella abordamos diferentes aspectos acerca de las estrategias efectivas para tener éxito con un emprendimiento o lanzamiento de productos a base de plantas. Si quieres leer el artículo completo, sigue este [enlace](#).

Asimismo, te recomendamos consultar el artículo “[¿Son los platillos y productos a base de plantas el futuro de la alimentación?](#)”, del portal Expok, donde podrás encontrar más detalles sobre el trabajo que realiza EligeVeg en materia de innovación alimentaria.

Para obtener más información sobre *insights* y nuestros estudios de mercado, contáctanos y con gusto te brindaremos asesoría personalizada sin costo alguno.



## HEB: Innovación alimentaria desde el horno

Con más de 50 tiendas en 7 estados de México, H-E-B se ha posicionado como uno de los supermercados con más variedad de productos hechos a base de plantas.

Uno de los más populares se hornea en el área de panadería de cada sucursal que los ofrece. Estamos hablando de la concha vegana, el delicioso pan dulce mexicano hecho con ingredientes 100% de origen vegetal.

Platicamos con Alicia Villarreal, gerente de desarrollo de negocios de panadería, y con Martha Saucedo, subdirectora del área de panadería y alimentos preparados, y esto fue lo que nos contaron acerca de las innovaciones en su departamento:

### 1- ¿Qué llevó a H-E-B a ofrecer opciones a base de plantas en su área de panadería?

Somos una empresa que continuamente busca satisfacer las necesidades y deseos de nuestros clientes, por lo que, en cuanto empezó a formarse un segmento de población vegana –el cual ha tomado relevancia en los últimos

años–, pensamos cómo podríamos contribuir a esta iniciativa con un producto innovador y de la más alta calidad, pero que al mismo tiempo tuviera características muy similares al producto regular elaborado con ingredientes de origen animal.

### 2- ¿Utilizan algún ingrediente especial o sofisticado para lograr la consistencia esponjosa y el rico sabor de la panadería vegana?

Sí, fue todo un reto y llevó consigo un largo tiempo de investigación y desarrollo del producto. Trabajamos en colaboración con el Dr. Sergio Serna Saldivar, quien es Maestro Investigador en el ITESM, Campus Monterrey, y un referente en el área de cereales y oleaginosas, y con Alfredo de la Cruz, quien es nuestro Socio Entrenador y Maestro de la Escuela de Panadería de H-E-B.

### 3- Hemos visto que también manejan productos de temporada, como la rosca de reyes vegana. ¿Cuál ha sido la respuesta del público?

Nos ha sorprendido el agradecimiento por parte de nuestros clientes y algunas otras personas que logramos cautivar durante el lanzamiento hace dos años. Eso nos motiva a seguir trabajando en pro de iniciativas que buscan una mejor calidad de vida, variedad en la alimentación y la sustentabilidad.

### 4- ¿Cuál es la importancia de contar con estas alternativas en panadería?

Principalmente ayudar a las personas que, por temas de salud o por diversas convicciones personales, deciden no consumir productos de origen animal.

Visita la sección de [recursos](#) en [EligeVeg.com](#) para leer el caso de éxito completo.

# ¿Tu empresa quiere **participar** en el mercado *plant-based* con una oferta única?

En nuestra última encuesta para el más reciente estudio de mercado, 65 de cada 100 personas ya consumen productos a base de plantas y varias quieren probarlos en restaurantes<sup>2</sup>.

En EligeVeg, contamos con las herramientas y la experiencia para que el lanzamiento de tus

productos o platillos en el espacio *plant-based* sea exitoso. ¡Ahora es el momento!

Éstas son algunas de las maneras en las que podemos apoyarte. Recuerda que nuestra asesoría no tiene costo.

## Marketing

- ✓ *Insights* del mercado *plant-based* basados en investigaciones de mercado
- ✓ Consultoría en diseño de etiquetas de productos
- ✓ Consultoría en *copywriting* para menús
- ✓ Consultoría en *copywriting* para publicidad en medios
- ✓ Difusión de lanzamientos

## Reformulación y desarrollo de productos y platillos

- ✓ Acompañamiento para la reformulación de platillos y productos
- ✓ Acompañamiento en el desarrollo de menús *plant-based*
- ✓ Enlace entre participantes de la industria

## Workshops

- ✓ Talleres de preparación de alimentos
- ✓ Talleres para personal de servicio en restaurantes
- ✓ Capacitaciones a equipos internos sobre las mejores prácticas

**Nuestra asesoría no tiene costo alguno**



**ELIGEVEG**

**Gerardo Ortiz** | Especialista en Innovación Alimentaria

[GerardoH@EligeVeg.com](mailto:GerardoH@EligeVeg.com)

**Mariana Issa** | Gerente *Sénior* en Innovación Alimentaria

[Marianal@EligeVeg.com](mailto:Marianal@EligeVeg.com)

### Referencias:

<sup>1</sup> Kearney (enero 20). "When consumers go vegan, how much meat will be left on the table for agribusiness?" Sitio web: <https://www.kearney.com/consumer-retail/article/-/insights/when-consumers-go-vegan-how-much-meat-will-be-left-on-the-table-for-agribusiness>

<sup>2</sup> Innovative Marketing & Consultants. (2022). Estudio de factibilidad de mercado vegano [reporte]. Asociación de Emprendedores Veganos de México y EligeVeg.