

BOLETÍN DE INNOVACIÓN ALIMENTARIA Q4-2022



Recibe nuestro boletín
en tu correo electrónico.



ELIGEVEG

¡Suscríbete!

A pesar del contexto presente en el que se encuentra la economía global, el 2022 fue un excelente año para la comercialización y la producción de proteínas *cultivadas* y a base de plantas.

En Holanda, las alternativas de origen vegetal a la carne y a los lácteos consiguieron la paridad de precio con el de sus homólogos de origen animal, principalmente a raíz de la inflación en el costo de estos últimos. Cabe resaltar que incluso las alternativas de origen vegetal llegaron a ser opciones más económicas.¹ Esta tendencia podrá continuar, conforme haya una mejora en los sistemas de suministro a nivel global en la industria alimentaria y se refine la tecnología.

En EE. UU., la FDA le dio luz verde al consumo de carne *cultivada* de la empresa Upside Foods.² En años anteriores, la carne *cultivada* de la empresa Good Meat en Singapur y de la empresa SuperMeat en Israel fue avalada por los organismos reguladores de cada país y ya cuenta con los permisos correspondientes para ser comercializada.

En México, las proteínas vegetales se abrieron camino principalmente en el *foodservice* y, ahora, también es posible encontrarlas en tiendas de conveniencia. Además, los esfuerzos liderados por Better Balance, NotCo, Delike, entre otros, han logrado colocar miles de productos *plant-based* en diversos menús de restaurantes, cafeterías y hoteles en el país.

Los últimos lanzamientos del 2022

Nuevos integrantes en el Squad

Plant Squad –una de las primeras empresas mexicanas del sector *foodtech* en desarrollar carne vegetal de nueva generación– comenzó el último trimestre del año con tres lanzamientos que nos parecen geniales: los *nuggets* SINPollo con forma de dinosaurios, los *bites* SINPollo y el SINAtún en bolsa.

Con estos lanzamientos, Plant Squad marca dos hitos en el mercado *plant-based* hecho en México, pues los *nuggets* SINPollo son el primer producto *plant-based* en la categoría de alimentos infantiles y el SINAtún en bolsa es el primer atún a base de plantas.



✓

En nuestro último estudio de mercado, encontramos que 40% de las personas participantes buscan sustituir productos derivados de carne de res, carne de pollo, carne de cerdo y carnes frías.³

Three packages of Plant Squad products. The one in the foreground is 'SINAtún' and the two behind it are 'SINPollo' and 'SINAtún'. They are black and pink packages with images of the products.

Better Balance calienta motores

En octubre, Better Balance, la marca de proteínas vegetales de la compañía Sigma Alimentos, introdujo sus productos al *retail* especializado, a través de la cadena de tiendas Mr. Tofu. Los productos que están disponibles son la deshebrada en salsa roja y verde, hamburguesas y salchichas.



Por medio de esta asociación, y después de dar a conocer sus productos mediante diversas alianzas con restaurantes y hasta con tiendas de conveniencia, Better Balance podría estar preparando su entrada a los supermercados nacionales en 2023, como ya lo hizo en el mercado español este año.

NotCo hace check-in en Palace Resorts



Como parte de su estrategia de sostenibilidad, Palace Resorts se alió con NotCo para contar con platillos 100% a base de plantas en sus restaurantes y, así, contribuir al turismo sostenible.

Palace Resorts cuenta con ocho complejos *all-inclusive* dentro de la República mexicana y se podrán encontrar en su oferta de menú platillos elaborados con NotBurger, NotMeat y NotNuggets, en la mayoría de los restaurantes de sus distintos *resorts*.

De acuerdo con el último reporte del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC, por sus siglas en inglés), la actividad pecuaria y los combustibles fósiles emiten la misma cantidad de metano, gas que propicia el calentamiento global.⁴ Por tal motivo, nos da gusto saber que el sector Horeca (conformado por hoteles, restaurantes y cafeterías) comience a considerar las proteínas vegetales una parte importante de su estrategia de sostenibilidad.



Tu empresa también puede implementar una estrategia de sostenibilidad al incluir opciones innovadoras a base de plantas en tu menú o tu portafolio de productos. Ponte en contacto con nuestro equipo para obtener una asesoría sin costo.

EligeVeg en la Open Talk de Singular Open Lab

Nuestro Especialista en Innovación Alimentaria, Gerardo Ortiz, participó en una mesa redonda titulada “Emprendimiento Vegano en Latinoamérica” junto con distintas personas expertas en el sector *plant-based*.

Durante el encuentro, se abordaron cuestiones relevantes sobre este mercado en Latinoamérica. Gerardo habló acerca de nuestro estudio de mercado, el cual realizamos a principios del año. También, mencionó datos fundamentales del reporte que elaboró Veganuary –el reto que busca promover el veganismo a nivel global–, con la colaboración de HappyCow –la app que permite a miles de personas descubrir nuevos restaurantes veganos o con opciones a base de plantas–. Dicho reporte muestra resultados muy prometedores para quienes emprenden o buscan emprender en el sector a base de plantas en México.

“En nuestro último estudio de mercado, donde participaron 1116 personas, sólo el 4% no mostró interés en probar productos a base de

plantas. 31% los consume esporádicamente o están dispuestas a probarlos. 54% los consume de manera regular y el 11% reportó que forman parte de su dieta diaria”, comentó Gerardo durante la charla.

Además, mencionó que, en la edición pasada de Veganuary, México fue el país con el mayor índice de personas que se unieron al reto en Latinoamérica, y el país con la mayor presencia de restaurantes 100% veganos en la región. Dichos restaurantes se encuentran ubicados, en su mayoría, en la Ciudad de México.

Agradecemos a Singular Foods por la invitación, y les extendemos una enorme felicitación por habilitar estos espacios para promover el diálogo, a través de su Open Lab, con el objetivo de mejorar colectivamente los sistemas alimentarios en el mundo.

Si quieres ver el video de la mesa redonda, [aquí](#) puedes encontrarlo.

El potencial del mercado *plant-based* en México



Año Nuevo, **Veganuary** nuevo

El inicio de una temporada representa un sinfín de oportunidades para establecer metas ambiciosas y hacer cambios positivos en nuestro día a día. Algunas personas deciden adoptar nuevos hábitos, como ejercitarse o balancear su alimentación. Es por eso que hay quienes toman la iniciativa de probar una alimentación a base de plantas. Gracias al apoyo de increíbles propuestas, como Veganuary, les es posible cumplir este propósito.

VEGANUARY 

Veganuary es un reto que busca promover a nivel global el veganismo durante el mes de enero. Su primera edición fue en el año 2014, y contó con la participación de apenas 3 000 personas, exclusivamente de Reino Unido. Sin embargo, en la edición de 2022, esta iniciativa registró más de 629 000 participantes. Asimismo, de acuerdo con datos de Veganuary, México se posicionó en el sexto lugar de los países con mayor índice de participación a nivel global, y en el primer lugar en Latinoamérica.

Veganuary no es sólo para consumidores, también es para las empresas

Muy probablemente has experimentado los días de prueba que diversas compañías ofrecen para que accedas a sus servicios de forma gratuita por un periodo de tiempo. De la misma manera, Veganuary fungirá como tu periodo de

prueba del mercado *plant-based* y será tu principal promotor para que puedas dar a conocer tus lanzamientos más recientes o tus productos existentes, ya que recibirás exposición gratuita durante el mes de enero. Además, podrás descubrir una gran diversidad de propuestas innovadoras dentro del mercado *plant-based* de otras empresas que también participarán en el reto.

Actualmente, la convocatoria para unirse al reto como empresa en la edición de 2023 ya no se encuentra abierta, pero, si te interesa participar en la edición del próximo año, contáctanos para que comencemos a colaborar.

¿Tienes muchas ganas de participar en Veganuary? Puedes invitar a tus compañeros y compañeras de trabajo a llevar una alimentación a base de plantas durante 31 días a partir de enero. Algunas personas que participaron en ediciones anteriores reportaron mejoras en su salud y se sintieron con mejor ánimo. Definitivamente, tomar el reto puede representar un impacto positivo en la productividad de tu empresa. [Aquí](#) encontrarás más información acerca de esta iniciativa y sobre cómo puede ayudarte a fortalecer a tu equipo. Únanse al desafío en este [enlace](#).



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

En la última encuesta que realizamos para nuestro estudio de mercado más reciente, 65 de cada 100 personas nos compartieron que ya consumen productos a base de plantas. Asimismo, un gran número de participantes comentó que quisieran encontrar y degustar estos productos en restaurantes.³

En EligeVeg, contamos con las herramientas y la experiencia para que el lanzamiento de tus productos o platillos en el mercado *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

Mariana Issa | Gerente *Sénior* en Innovación Alimentaria

Marial@EligeVeg.com

Referencias:

- ¹ Southey, F. (2022). *Plant-based now cheaper than meat in the Netherlands: 'vegan burgers are on average 78 cents cheaper per kg'*. Sitio web: <https://www.foodnavigator.com/Article/2022/07/26/plant-based-now-cheaper-than-meat-in-the-netherlands-vegan-burgers-are-on-average-78-cents-cheaper-per-kg>
- ² Aubrey, A. (2022). FDA gives safety nod to 'no kill' meat, bringing it closer to sale in the U.S., NPR. Sitio web: <https://www.npr.org/sections/health-shots/2022/11/14/1136186819/cultivated-cultu-red-meat-heathy-climate-change#:~:text=The%20FDA%20reviewed%20more%20than,products%20are%20safe%20to%20eat>
- ³ Innovative Marketing & Consultants. (2022). Estudio de factibilidad de mercado vegano [reporte]. EligeVeg y Asociación de Emprendedores Veganos de México.
- ⁴ Szopa, S., Naik, B., Artaxo, T. Berntsen, W.D. Collins, S. Fuzzi, L. Gallardo, A., Kiendler-Scharr, Z., Klimont, H. Liao, N. Unger, Zanis, P. (2021). Short-Lived Climate Forcers. In Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [reporte]. doi:10.1017/9781009157896.008.