



**ÍNDICE DE INCLUSIÓN  
Y SOSTENIBILIDAD  
GASTRONÓMICA**

El **Índice de Inclusión y Sostenibilidad Gastronómica** es una herramienta desarrollada por **EligeVeg** para evaluar el nivel de compromiso de las empresas de alimentos y bebidas con la inclusión y la sostenibilidad en su oferta alimentaria. Se basa en una metodología que considera la cantidad de opciones a base de plantas, así como el precio, la integración en el menú y la promoción que se les da a estos platillos.





La **inclusión gastronómica** se refiere a la práctica de ofrecer experiencias culinarias que sean accesibles y satisfactorias para todas las personas, sin importar sus restricciones (por salud o cultura) o preferencias alimentarias. Aunque hay varias prácticas aplicables a este tema, el alcance de este Índice sólo abarca la parte de los alimentos.

Por otro lado, la **sostenibilidad gastronómica** consiste en ofrecer alimentos con un bajo impacto ambiental, desde el uso de agua y suelo hasta la emisión de gases de efecto invernadero.

Los alimentos hechos 100% a base de plantas son la mejor opción para abordar positivamente ambos elementos.

Estos alimentos son naturalmente libres de algunos alérgenos como pescados, crustáceos, huevos y lácteos y, además, tienen la flexibilidad de elaborarse sin otros alérgenos de origen vegetal como la soya y el trigo. También pueden ser aptos para personas que restringen el consumo de algunos alimentos de origen animal por motivos culturales, religiosos o de salud, favoreciendo así a la inclusión gastronómica.

Al mismo tiempo, los alimentos a base de plantas, en comparación con los productos de origen animal, tienen un menor impacto ambiental, ya que se requieren menos recursos para su producción. Por ejemplo, los productos comerciales a base de proteína vegetal emiten de 82 a 98% menos gases de efecto invernadero (GEI), requieren entre 84 y 96% menos espacio de tierra<sup>1-6</sup> y usan hasta 97% menos recursos hídricos<sup>2</sup>. Así, la inclusión de platillos con proteína vegetal y otros ingredientes de origen vegetal, junto con la promoción de su consumo, favorecen la sostenibilidad gastronómica.

### Mitigando las emisiones del alcance 3

Las emisiones de GEI de las empresas se clasifican en tres alcances. El alcance 1 comprende las emisiones directas generadas por fuentes propiedad de la empresa, como la quema de combustibles fósiles en instalaciones propias o el uso de vehículos de la compañía. El alcance 2 se refiere a las emisiones indirectas provenientes de la generación de energía eléctrica comprada por la empresa a un proveedor, por ejemplo, la electricidad necesaria para la refrigeración de los alimentos. En cambio, el alcance 3 abarca todas las demás emisiones indirectas que ocurren a lo largo de la cadena de valor de la empresa, como las emisiones asociadas con la adquisición de ingredientes<sup>7</sup>.

En el contexto de la industria restaurantera, el alcance 3 tiene un peso particular, ya que la compra de alimentos representa una proporción significativa de las emisiones totales. Aunque los porcentajes exactos varían de acuerdo a las operaciones de cada empresa, se han reportado valores donde la compra de alimentos representa hasta un 83% del total de emisiones<sup>8</sup>.

## Evaluación

La evaluación se realiza bajo un sistema de puntos que se otorgan considerando los siguientes aspectos:

- Número y proporción de entradas, platos fuertes y postres
- Presentación en el menú
- Precio
- Promoción de ventas
- Publicidad

Para que un platillo o una bebida sea considerado a base de plantas, éste debe estar compuesto en su totalidad por alimentos libres de ingredientes de origen animal, tales como carne de cualquier tipo, grasas animales, mariscos, lácteos, huevo, grenetina, miel, entre otros.

La evaluación de las entradas, platos fuertes y postres se realiza con base en la oferta actual del menú o de la carta fija. No se toman en cuenta los menús infantiles, de temporada o promocionales. Tampoco se consideran platillos limitados a ciertas sucursales ni modificados, es decir, aquellos en los que sea necesario solicitar algún cambio para hacerlos 100% a base de plantas.

Se consideran como platos fuertes aquellos que incluyen una fuente significativa de proteína vegetal, como seitán, tofu, algún tipo de proteína vegetal texturizada o algún producto comercial hecho a base de estos ingredientes.

La evaluación de las cafeterías se realizó con base en las bebidas, los alimentos salados y los alimentos dulces en la oferta actual del menú o de la carta fija.

Se consideran sólo las bebidas que usen algún tipo de leche vegetal por *default* en su preparación. Quedan excluidas las bebidas que sólo contengan café, las infusiones herbales o aquellas preparadas con una mezcla de extractos frutales.

La metodología completa fue compartida a las empresas con anticipación.

### ¿Por qué es importante contar con platos fuertes con proteína vegetal?

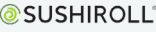





















Es importante ofrecer platos fuertes que incluyan una fuente significativa de proteína vegetal como el seitán, el tofu o la proteína vegetal texturizada. Esta estrategia garantiza ofrecer platillos con un adecuado valor nutricional. Además, estas proteínas juegan un papel clave en la saciedad<sup>9</sup>, ayudando a que los comensales se sientan satisfechos por más tiempo. Además, el contenido de proteína es a menudo el factor decisivo para que las personas omnívoras consideren un platillo a base de plantas como una opción para su comida principal<sup>10</sup>.

## Resultados

De acuerdo a los puntos obtenidos en la evaluación, los establecimientos fueron ubicados en uno de los siguientes niveles:

<b>Dorado</b>	20 o más puntos	Demuestra un compromiso sobresaliente con la inclusión y la sostenibilidad gastronómica.
<b>Verde</b>	10 - 19.99 puntos	Demuestra un compromiso significativo con la inclusión y la sostenibilidad gastronómica.
<b>Amarillo</b>	5 - 9.99 puntos	Demuestra un compromiso deficiente con la inclusión y la sostenibilidad gastronómica.
<b>Naranja</b>	1 - 4.99 puntos	Demuestra un compromiso insignificante con la inclusión y la sostenibilidad gastronómica.
<b>Rojo</b>	Menos de 1 punto	Demuestra un compromiso nulo con la inclusión y la sostenibilidad gastronómica.

**Tabla 1. Posición de los establecimientos de acuerdo a su nivel de compromiso con la inclusión y la sostenibilidad.**

	Taquerías	Restaurantes de comida rápida o rápida casual	Restaurantes casuales	Cafeterías
<b>Dorado</b>			<b>giornale</b>	
<b>Verde</b>	 		<b>P.F. CHANG'S</b> 	
<b>Amarillo</b>		<b>nikkori.</b> 		
<b>Naranja</b>	    	 ** <b>KFC</b>       	    **  *    **	
<b>Rojo</b>		   	  	   

\*Toks y las sucursales de Chili's en el centro del país cuentan con una hamburguesa con proteína vegetal, pero el platillo tal como lo ofrecen no es 100% plant-based.

\*\*The Food Box, Burger King e Italianni's ofrecen cambiar la proteína animal por proteína vegetal en al menos uno de sus platos fuertes, pero lo hacen con un cargo extra y no cuentan con platos fuertes a base de plantas por default.

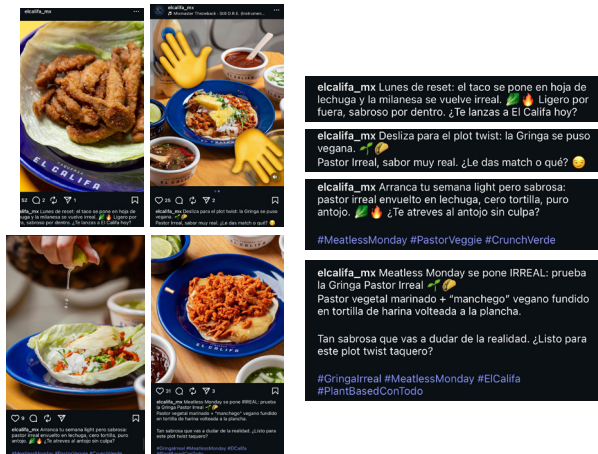
\*\*\*Tacos Don Manolito cuenta con un extenso menú a base de plantas, sin embargo, éste se encuentra disponible sólo en algunas sucursales.

# Taquerías

En esta categoría se encuentran los establecimientos especializados en la cocina tradicional mexicana, específicamente en la preparación de tacos.

## Nivel verde

Las taquerías **Taquearte** y **El Califa** se distinguen por reflejar un compromiso significativo con la inclusión y la sostenibilidad gastronómica, demostrado con una oferta robusta de platillos a base de plantas. Ambas taquerías utilizan proteína vegetal texturizada para crear versiones sin ingredientes de origen animal de sus platillos insignia. Por ejemplo, **Taquearte** ha incorporado una proteína vegetal tipo bistec para ofrecer tacos *plant-based* de Bistec y Pastor, mientras que **El Califa** ha creado su línea "Irreal", incluyendo queso vegetal lo que le permite replicar platillos como costras y cráteres. Adicionalmente, las opciones a base de plantas en **Taquearte** tienen un precio similar a las opciones de origen animal, lo que las hace más accesibles. Por su lado, **El Califa** hace difusión recurrente a su línea "Irreal" a través de sus redes sociales utilizando recursos visuales atractivos y usando lenguaje positivo, pero oferta sus opciones a base de plantas por arriba del precio promedio de sus contrapartes de origen animal, a excepción de los tacos al pastor, en el cual hay paridad de precio.



Fuente: [Instagram de El Califa](#), 05/09/2025

Ambas taquerías podrían subir a nivel dorado aumentando la variedad de su oferta *plant-based* e incluyendo al menos un postre.

## Nivel naranja

Las taquerías **Los Atarantados**, **Taquería Orinoco**, **Los Tarascos** y **El Farolito**, se encuentran ubicados en el segundo nivel más bajo del índice, debido a su compromiso insignificante con la inclusión y la sostenibilidad gastronómica. Estas taquerías se limitan a ofrecer sólo una o dos entradas a base de plantas, como guacamole o papas fritas, dejando fuera a personas consumidoras que buscan opciones de platillos con proteína a base de plantas por cuestiones de salud, preferencias alimentarias o para seguir patrones de consumo sostenible.

Otra taquería que también se ubica en este nivel es **Tacos Don Manolito**, que, aunque cuenta con un menú a base de plantas muy extenso y variado, lo limita a ciertas sucursales. **Tacos Don Manolito** ha reportado que planea introducir ese menú en todas las sucursales, por lo que esperamos verle en una mejor posición el próximo año.



Imagen proporcionada por Tacos Don Manolito, 17/06/25

Si las taquerías en nivel naranja incorporan tan sólo una opción de proteína vegetal a su menú, podrían subir uno, o hasta dos niveles, si consideran otros aspectos como el lenguaje en el menú, la difusión atractiva y positiva en redes sociales o la paridad de precios con sus opciones comunes.

## Restaurantes casuales

En esta categoría se encuentran los restaurantes que ofrecen una experiencia de comida completa, con servicio de mesa y un menú variado que va desde entradas hasta postres.

### Nivel dorado

El único restaurante que logró alcanzar este nivel en la primera edición del Índice se trata de **Giornale**, una marca con un compromiso sobresaliente con la sostenibilidad y la inclusión gastronómica reflejado a través de su amplia oferta alimentaria en todas sus categorías de alimentos, desde entradas y platos fuertes hasta postres.

#### COLIFLOR ARROSTO

Horneada con un toque de oliva, ajo y cebolla, espolvoreada con cebollín y mezcla de chiles secos. 170g. \$187



#### BETTER BOLOGNESE

Spaghetti con pomodoro y boloñesa Better Balance. Acompañado de queso de almendra. \$255



#### CREPAS CON DULCE DE LECHE DE COCO Y MONK FRUIT

Crepas de avena servidas con nuez, azúcar glass, mora azul, frambuesa y zarzamora. \$248

Imágenes proporcionadas por Giornale, 02/06/2025

Además de los más de 10 platillos a base de plantas con los que cuenta en el menú, **Giornale** también ofrece cambio a proteína vegetal en varios platillos y cuenta con sustitutos a base de plantas para ingredientes como la leche, el queso y la crema.

### Nivel verde

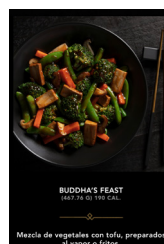
En este nivel, con un compromiso significativo, se posicionan los restaurantes **Sushi Roll** y **P.F. Chang's**, ambos de inspiración asiática, lo cual no es casualidad, ya que en esta cocina encontramos varias proteínas vegetales como ingredientes insignia.

En 2023, **Sushi Roll** introdujo Vegan Lab, un menú de siete platillos a base de plantas que incluía entradas y platos fuertes. Aunque este menú fue discontinuado, los cinco platillos más populares se incorporaron al menú principal con nombres y descripciones atractivas e identificados con una simbología sutil.



Fuente: [Sushi Roll](#), 09/10/2025

Por su parte, **P.F. Chang's**, operada en México por **Alsea**, integra varios platillos a base de plantas por *default* en las categorías de entradas y platos fuertes. Algunos de estos platillos usan tofu, un ingrediente tradicional de la cocina asiática, como fuente de proteína, por ejemplo en el Chang's Vegetarian Lettuce Wraps, en el Buddha's Feast o en el Coconut Curry.



Fuente: [P. F. Chang's](#), 09/10/2025

Los precios de las opciones a base de plantas en ambos restaurantes son similares a los precios que manejan para las opciones comunes.

Tanto **P.F. Chang's** como **Sushi Roll** podrían subir a nivel dorado aumentando la variedad de su oferta *plant-based* e incluyendo al menos un postre.

## Nivel amarillo

En este nivel, con un compromiso deficiente, se encuentra **Nikkori**, otro restaurante de inspiración asiática que, a diferencia de **Sushi Roll** y **P.F. Chang's**, presenta una oferta limitada de platillos a base de plantas con sólo tres entradas y un único sushi con tofu, desaprovechando el potencial de este tipo de cocina. En el pasado, **Nikkori** introdujo un menú a base de plantas muy extenso y atractivo, pero lamentablemente, éste fue descontinuado.

## Nivel naranja

En este nivel, y con un compromiso insignificante, encontramos a restaurantes con ofertas similares como **Wingstop**, **Wings Army**, **Las Alitas** y **Buffalo Wilds Wings**. Todos estos se limitan a ofrecer algunas entradas a base de plantas, por lo general papas fritas y *crudités* o algún otro platillo con verduras, sin embargo se observa una falta de opciones nutritivas ricas en proteína vegetal que puedan constituir un plato fuerte.

Restaurantes como **The Food Box** e **Italianni's** también se encuentran en este nivel, ya que, si bien ofrecen proteína vegetal como alternativa a la carne animal, ésta no es incluida por *default* en sus platillos. Por otro lado, **Toks** y las sucursales de **Chili's** administradas por **Alsea** sí cuentan con platillos con proteína vegetal por *default*, pero no son 100% a base de plantas, dejando fuera a consumidores con alergias a los lácteos y a los huevos al no contar con alternativas vegetales a ingredientes como el queso y la mayonesa.



SPAGHETTI ALLA BOLOGNESE (720 cal)

Preparado con carne de res y salsa de jitomate Italianni's.

Encuétralo también con carne molida **NOTMEAT®**. Mismo sabor que la carne, 100% hecha a base de plantas (448 cal) Por un precio adicional.

**MEATLESS?**

CAMBIA LA CARNE DE TU HAMBURGUESA POR CARNE VEGANA - \$45 PESOS

\*\*\*PREGUNTA POR COMO HACER TU HAMBURGUESA 100% VEGANA\*\*\*

HECHA A BASE DE PLANTAS | A LA PARRILLA | 30g DE PROTEINA PLANTA | SIN GLUTEN NI SOYA

Fuentes: [Italianni's](#) y [The Food Box](#), 09/10/2025

## Nivel rojo

Los restaurantes **IHOP** y **Applebee's**, ambas marcas de **Dine Brands**, junto a **Vips**, marca propia de **Alsea**, son los **Restaurantes Casuales** que se encuentran en el nivel más bajo del Índice. Ninguno de estos restaurantes muestra un compromiso con la inclusión y la sostenibilidad en su oferta alimentaria, ya que no cuentan con opciones a base de plantas en ninguna de las categorías en su menú. En el pasado, **Applebee's** al igual que **Vips**, llegaron a incorporar una hamburguesa con proteína vegetal, sin embargo éstas han sido descontinuadas.



### Falta de equidad

Actualmente **Applebee's** cuenta con hamburguesas con proteína vegetal en EE. UU. y Canadá, pero ha dejado fuera de esta oferta al resto de los países donde opera, incluyendo México.

# Restaurantes de comida rápida y casual

En esta categoría se encuentran establecimientos de comida rápida que se centran en la rapidez y la conveniencia, con servicio en el mostrador o por ventanilla desde el auto, o los de comida rápida casual (*fast casual*) que tienen un tipo de servicio similar a los de comida rápida, pero sus platillos suelen ser más elaborados y usando ingredientes "premium".

## Nivel amarillo

El único restaurante de comida rápida que se ubica en este nivel, con un compromiso deficiente, es **Panda Express**, cuyo franquiciatario en México es **Grupo Restaurantero Gigante**. Aunque no cuenta con opciones con proteína vegetal, incorpora varias opciones a base de vegetales, como el Chow Mein y el Apple Pie Roll como postre.



### Falta de equidad

En EE. UU., **Panda Express** ha integrado anteriormente platillos con proteínas vegetales como el **Beyond Orange Chicken** por tiempo limitado y el **Tofu con berenjena**, el cuál aún se ofrece en algunas sucursales. Ninguna de estas opciones se ha ofrecido en México.



Eggplant Tofu  
340 Cal

Fuente: Panda Express EE.UU., 09/10/2025

## Nivel naranja

Todas las marcas de restaurantes que se encuentren en este nivel, con un compromiso insignificante, se limitan a ofrecer algunas entradas, en su mayoría papas fritas.

En este nivel se encuentran las marcas **KFC** y **Pizza Hut** de **Yum Brands**, quienes a pesar de tener [un compromiso](#) para reducir las emisiones del alcance 3 correspondientes a la compra de ingredientes de origen animal como la res, el pollo y los lácteos, no han hecho ningún esfuerzo por introducir alternativas a dichos ingredientes en sus restaurantes en México.

OUR RECIPE FOR  
**GOOD**  
GROWTH

## Climate Action

Addressing climate change is one of Yum's top priorities and is a journey we've been on for more than 15 years.

Over the past several years, we have further prioritized our work on climate. In 2021, our science-based targets (SBTs) were approved by the [Science Based Targets Initiative \(SBTi\)](#). Our targets are to:

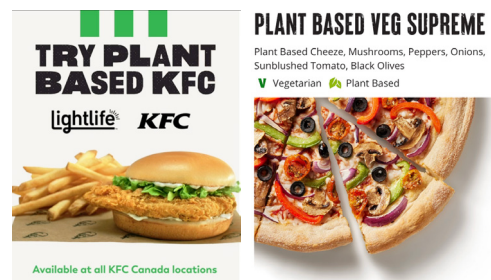
- Reduce absolute Scope 1 and 2 greenhouse gas (GHG) emissions 46% from corporate restaurants and offices by 2030, compared to a 2019 baseline
- Reduce Scope 3 GHG emissions 46% per franchise restaurant by 2030, compared to a 2019 baseline
- Reduce Scope 3 GHG emissions 46% per metric ton of beef, poultry, dairy and packaging by 2030, compared to a 2019 baseline

Se considera positivo el contar con un compromiso de este tipo, sin embargo hay ausencia de acciones para cumplirlo por parte de **Yum Brands** y sus socios franquiciadores.



### Falta de equidad

En algunos países de la Unión Europea, Estados Unidos y Canadá, los restaurantes de **Pizza Hut** y **KFC** cuentan con opciones a base de plantas o las han introducido por tiempo limitado, sin embargo han dejado fuera a México y otros países de Latinoamérica.



Fuentes: [Facebook de Lightlife](#) y [Pizza Hut Reino Unido](#), 09/10/2025

Dentro de este nivel también se encuentran **Subway**, **Gorditas Doña Tota** y **Burger King**. En el pasado, estos establecimientos han incorporado opciones con proteína vegetal, pero lo han hecho a manera de prueba, a excepción de **Burger King** que sigue ofreciendo carne vegetal, aunque ésta está limitada a ciertas sucursales y tiene un costo extra.

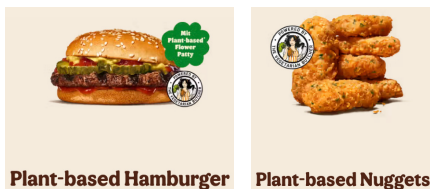


Fuentes: [The Food Tech](#), [Instagram de Gorditas Doña Tota](#) y [Forbes México](#), 09/10/2025



### Falta de equidad

En la Unión Europea, **Burger King** es uno de los restaurantes de comida rápida más progresivos con respecto a la oferta de opciones inclusivas y sostenibles a base de plantas. En Alemania, por ejemplo, cuentan con un menú *plant-based* extenso, desde hamburguesas hasta *nuggets*, y toda la mayonesa que usan es 100% a base de plantas. En EE. UU. también cuentan con la Impossible Whopper, la cual puede ser modificada para hacerse 100% *plant-based*. Esto también sucede en algunos países de Latinoamérica como Chile y Argentina, donde cuentan con un menú vegetal extenso, pero México ha sido excluido de esta oferta.



Fuente: [Burger King Alemania](#), 09/10/2025

Otro caso similar es el de **Subway**, que ofrece alimentos con proteína vegetal en otros países como Estados Unidos, España, Reino Unido y Alemania.

En todos estos casos, el común denominador es que los lanzamientos tuvieron una estrategia de publicidad muy limitada, a diferencia del lanzamiento de otros productos, y se recurrió a elementos en el nombre muy repetitivos (Teriyaki **Veg**, **Veggiebrada** y Whopper **Vegetal**); al hacer esto, se capta la atención solamente de las personas veganas y vegetarianas, desincentivando al resto de los consumidores a ordenarlas.

En este nivel también se encuentra **Super Salads** que, si bien cuenta con una amplia variedad de vegetales, ninguno de sus platillos es a base de plantas por *default*. Cuentan con proteínas vegetales como carne para hamburguesa a base de plantas y tofu, sin embargo éstas se integran a platillos que no son 100% a base de plantas y están limitados a ciertas sucursales.

Los últimos restaurantes en este nivel son **Shake Shack**, **Carl's Jr.** y **Papa John's**, quienes se limitan a ofrecer papas fritas en la categoría de entradas.

### Nivel rojo

En este nivel, en el cual no se demuestra ningún compromiso con la inclusión y la sostenibilidad, se encuentra **Green Grass**. Al igual que **Super Salads**, tiene una oferta extensa de vegetales ya que los *bowls* de verduras son el *core* de su menú, sin embargo, carecen de platillos 100% a base de plantas. Hasta hace poco, contaban con un platillo con tofu y aderezo *plant-based*, pero éste ya no figura en su menú.

Los restaurantes **McDonald's**, **Domino's Pizza** y **Little Caesars Pizza** no cuentan con ninguna opción a base de plantas en su menú.



### Falta de equidad

En Reino Unido, **McDonald's** cuenta con un amplio menú a base de plantas en donde ofrecen alternativas a la carne de res y a la carne de pollo en productos como hamburguesas y *nuggets*. Por otra parte, **Domino's Pizza** ofrece queso vegetal y en algunos países de Europa cuenta con proteínas vegetales.



McPlant®



Plant-Based Margheri-tastic - Medium  
1365kcal | Serves 2-3

Fuentes: [McDonald's Reino Unido](#) y [Domino's Pizza Reino Unido](#), 09/10/2025

## Cafeterías

En esta categoría se encuentran los establecimientos que se especializan en la venta de café, té y otras bebidas calientes y frías. Generalmente, su oferta de alimentos se limita a repostería, sándwiches, ensaladas y otras opciones de alimentos salados.

### Nivel amarillo

En este nivel, con un compromiso deficiente, figura **Starbucks**, operado en México por **Aalsea**. Aunque en el pasado **Starbucks** ha contado con opciones 100% a base de plantas en su línea de alimentos salados, en la actualidad sólo ofrece una bebida preparada con leche vegetal por *default*.



Pink Drink

Fuente: [Starbucks México](#), 09/10/2025

### Starbucks Announces Removal of Extra Charge for Non-Dairy Milk Starting Nov. 7

Customers in U.S. and Canada company-owned and operated stores will no longer pay extra for customizing their beverage with non-dairy milk.

OCTOBER 30, 2024

Fuente: [Starbucks EE.UU.](#), 09/10/2025

### Nivel rojo

El resto de las cafeterías evaluadas, **Cielito Querido**, que llegó a tener una chapata vegana pero que ha sido discontinuada, **Tim Hortons**, **Tierra Garat**, **Punta del Cielo** y **Flor de Córdova**, figuran en el nivel más bajo del Índice, sin demostrar ningún compromiso con la inclusión y la sostenibilidad. Aunque todos ofrecen leche vegetal como cambio a la leche de origen animal, ésta tiene un costo extra. No existen opciones sostenibles e incluyentes hechas a base de plantas en el resto de su oferta alimentaria.



### Falta de equidad

A finales del 2024, en EE. UU. y Canadá **Starbucks** anunció que dejaría de cobrar extra por el cambio a leche vegetal como ya lo venía haciendo en varios mercados de la Unión Europea, donde también tiene una amplia oferta de alimentos a base de plantas. Otras cadenas grandes, como Tim Hortons y Dunkin, replicaron la misma acción de inmediato.

## Conclusión

A través del Índice de **Inclusión y Sostenibilidad Gastronómica (IISG)**, se ha evaluado el compromiso de una muestra de 42 empresas de alimentos y bebidas en México con base en su oferta de opciones a base de plantas. Los resultados revelan una marcada disparidad: mientras que **Giornale** demuestra un compromiso sobresaliente y **Taquearte, El Califa, Sushi Roll, y P.F. Chang's** demuestran un compromiso significativo, la mayoría se encuentra en los niveles más bajos.

Los líderes, como **Giornale**, no sólo ofrecen una amplia variedad de platillos 100% a base de plantas, sino que también los integran correctamente en sus menús, los promocionan activamente y mantienen precios competitivos. Sin embargo, un gran número de establecimientos, incluyendo cadenas importantes como **McDonald's, Domino's Pizza, IHOP y Vips**, carecen de cualquier opción inclusiva y sostenible.

Es fundamental entender que el público objetivo de estas opciones a base de plantas no se limita únicamente a veganos y vegetarianos. Los flexitariáneos, aquellos que reducen su consumo de carne sin eliminarla por completo, son quienes están impulsando la mayor parte de la demanda de estas alternativas. Estos consumidores valoran la sostenibilidad y la salud, y cuando saben que un restaurante toma pasos firmes en estos temas y se alinean a sus valores, demuestran una fidelidad considerable. Adoptar estas opciones es, por lo tanto, una clara estrategia de crecimiento y retención de clientes.

Se observa una "falta de equidad" notable, donde marcas internacionales como **Burger King, Subway y Starbucks** ofrecen menús extensos a base de plantas en Europa y Estados Unidos, pero no en México. Además, cuando estas opciones se introducen en México, a menudo lo hacen con publicidad limitada, nombres poco atractivos y precios altos, desincentivando así su consumo.

La incorporación de platillos a base de plantas es crucial para mitigar las emisiones del alcance 3, que representan hasta el 83% o más de las emisiones totales en la industria restaurantera. Las empresas en los niveles naranja y rojo tienen una oportunidad clara de mejorar su posición en el Índice y así contribuir a la sostenibilidad y la inclusión gastronómica mediante la introducción de al menos una opción de proteína vegetal en sus platos fuertes, una mejor integración en el menú, una promoción efectiva y precios justos.

Cada vez más empresas priorizan la reducción de emisiones en su cadena de suministro. Un ejemplo notable de este compromiso es el de la cadena de restaurantes **Wagamama**, que se propuso hacer el 50% de su menú *plant-based* para reducir su impacto ambiental<sup>11</sup>. Al incrementar drásticamente la oferta de platos libres de ingredientes de origen animal, Wagamama abordó directamente la mayor fuente de emisiones del alcance 3 en su industria: la producción de ingredientes de origen animal, que generalmente tienen una huella de carbono mucho mayor que los ingredientes a base de plantas. Este cambio estratégico en la compra de alimentos y en la oferta del menú ilustra cómo una empresa puede cumplir un compromiso de sostenibilidad transformando su principal fuente de emisiones.



## Referencias

---

<sup>1</sup> Khan, S., Loyola, C., Dettling, J., Hester, J., y Moses, R. (2019). Comparative Environmental LCA of the Impossible Burger with Conventional Ground Beef Burger (Final Report). Quantis para Impossible Foods®.

<sup>2</sup> Heller, M. y Salim, I. (2023) Beyond Burger® 3.0 Life Cycle Assessment. Blonk Consultants para Beyond Meat®.

<sup>3</sup> EKazer, J., Orfanos, G., y Gallop, C. (2021). Quorn Footprint Comparison Report. Carbon Trust.

<sup>4</sup> Dettling, J., Tu, Q., Faist, M., DelDuce, A., y Mandlebaum, S. (2016). A Comparative Life Cycle Assessment of Plant-Based Foods and Meat Foods. Quantis para MorningStar Farms®.

<sup>5</sup> Saerens, W., Smetana, S., Van Campenhout, L., Lammers, V., y Heinz, V. (2021). *Life cycle assessment of burger patties produced with extruded meat substitutes*. *Journal of Cleaner Production*, 306, 127177. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127177>

<sup>6</sup> Smetana, S., Profeta, A., Voigt, R., Kircher, C., y Heinz, V. (2021). Meat substitution in burgers: Nutritional scoring, sensorial testing, and Life Cycle Assessment. *Future Foods*, 4, 100042. <https://doi.org/10.1016/j.fufo.2021.100042>

<sup>7</sup> Protocolo de Gases Efecto Invernadero (n/d). Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte. [https://ghgprotocol.org/sites/default/files/2022-12/protocolo\\_spanish.pdf](https://ghgprotocol.org/sites/default/files/2022-12/protocolo_spanish.pdf)

<sup>8</sup> Sparro, V. (2024, Julio 8). *Decarbonizing hospitality: The Restaurant Group's sustainability journey*. Normative. <https://normative.io/customers/therestaurantgroup/>

<sup>9</sup> Martin, M. S., Dynesen, A. W., Petersen, B., Petersen, I. L., Duque-Estrada, P., & Aaslyng, M. D. (2024). The satiating effect of extruded plant protein compared with native plant and meat protein in a ragú "bolognaise" meal: A randomized cross-over study. *Nutrients*, 16(19), 3407. <https://doi.org/10.3390/nu16193407>

<sup>10</sup> Vainio, A., Niva, M., Jallinoja, P., & Latvala, T. (2016). From beef to beans: Eating motives and the replacement of animal proteins with plant proteins among Finnish consumers. *Appetite*, 106, 92–100. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.03.002>

<sup>11</sup> *Treading softly: Our corporate social responsibility*. wagamama. (n.d.). <https://www.wagamama.com/treading-softly>



**INDICE DE INCLUSIÓN  
Y SOSTENIBILIDAD  
GASTRONÓMICA**

[www.sostenibilidadgastronomica.com](http://www.sostenibilidadgastronomica.com)