

U.S. FOODLINK

El boletín bimestral para los importadores de alimentos USA

Vol. 18 No. 1



LEVADURA, HONGOS Y FERMENTACIÓN Alimentos a Base de Plantas, Innovación que Inspira

Los alimentos a base de plantas dejaron de ser algo exótico, y aun hay muchos productos desarrollo en esta creciente categoría. Ahora que los consumidores se sienten mas cómodos con la amplia variedad de sustitutos a los alimentos de origen animal que están disponibles en el mercado, la categoría parece estar lista para lo que viene. En mayo 2021, 9.9% o 20.7 millones de consumidores adultos en los Estados Unidos, dijeron que están comprando mas productos y platillos sin carne, de acuerdo con Forbes. Eso significa un crecimiento del 20.7% desde mayo 2018. Los Milenials son todavía mas entusiastas con los productos sin carne, con 10.3% o 7.4 millones de personas pertenecientes a esta generación, comprándolos mas, hasta agosto del 2021.

Con esto en mente, una de las innovaciones recientes mas importantes en los alimentos a base de plantas, ha sido convertirlos en mejores sustitutos de los productos que están reemplazando. Los sustitutos de la carne, no ya pueden ser “suficientemente mejores que”, ahora tienen que igualar a los productos verdaderos.

Un ejemplo de esto son los productos Nabati Cheeze Shredz, una marca de quesos a base de plantas, creados pensando en las pizzas. Enfocándose en crear un producto que no solo fuera similar al queso, sino que pudiera funcionar como un sustituto directo, dio como resultado estos quesos a base de plantas, que se venden en supermercados y foodservice. “Nuestros quesos Nabati Cheeze, gratinan y saben como el queso de verdad”, dijo Ahmad Yehya, CEO de Nabati Foods en una entrevista con Forbes. “Este es un gran ejemplo de un producto que puede funcionar en retail y en foodservice. Lo distribuimos en las tiendas de abarrotes, pero también en una variedad de restaurantes que hacen pizza, comida mexicana, y mas, “Estas cualidades, también hacen que este tipo de innovación, sea ideal para los procesadores de alimentos porque se integra perfectamente en las recetas. “Mantener en mente esta flexibilidad, ayudara a las marcas a lidiar mejor con los grandes cambios en el comportamiento de los consumidores”.

(continua en pag. 2)



Food
Export
Midwest USA™



www.foodexport.org



LEVADURA, HONGOS Y FERMENTACIÓN continúa

Lo que necesitan hacer los alimentos a base de plantas modernos, es crear opciones que no hagan sentir a los consumidores como si estuvieran intercambiando el sabor por salud. Como dijo Yehya, “la verdad, es que, si el sabor y la experiencia de consumo no están a la par con las alternativas de alimentos tradicionales de origen animal, la gente no va a cambiar a las opciones a base de plantas”. La salud es mencionada consistentemente por los consumidores, como una de las consideraciones mas importantes, pero si tienen la opción de comer mas saludable sin sacrificar sabor o textura, lo van a tomar. Uno de los ejemplos mas importantes de los que es posible ahora en el espacio de los alimentos a base de plantas, se puede ver en la marca de helado Magnum, de Unilever. Es relativamente fácil enmascarar, cualquier mal sabor en los ingredientes a base de plantas, en los sabores fuertes como chocolate y caramelo, pero hacerlo con la delicada vainilla, es mas difícil. Lograrlo llevo a la creación de Magnum Vegano, que ofrece versiones mas saludables de un postre indulgente, libres de lácteos, sin sacrificar el sabor que hace tan deseable a este producto.



“La verdad, es que, si el sabor y la experiencia de consumo no están a la par con las alternativas de alimentos tradicionales de origen animal, la gente no va a cambiar a las opciones a base de plantas”

AHMAD YEHYA, CEO DE NABATI FOODS

Los alimentos étnicos, son otra área lista para el cambio. La mayoría de los sustitutos de carne copian los platillos estadounidenses como las hamburguesas, dejando fuera a los restaurantes étnicos que buscan sustitutos a base de plantas, con pocas o ninguna opción. Pueden sacrificar sabor o textura para hacer una versión vegetariana de su menú normal, - que puede ser un cambio divertido-, pero eso no ayuda a los clientes que buscan el sabor autentico.

Plant Ranch Foods, se enfoca específicamente en comida mexicana, con versiones de platillos clásicos a base de plantas, como los tacos Al Pastor, hechos con seitan sazonado con chipotle y caldo sabor res vegano. Los productos de esta empresa, están disponibles en 20 estados de Estados Unidos, con planes de alcanzar distribución de foodservice a nivel nacional, y lanzar productos para platillos estadounidenses e italianos.

Mientras tanto, el portafolio a base de plantas de la marca Billy Goat, informo que la tecnología de celdas de corte de polvo, que transforma la proteína vegetal en estructuras de capas, que se ven y se sienten como un trozo de carne, pueden ser usadas en productos que buscan emular a la carne de res. Adicionalmente, se puede utilizar impresión 3D para hacer un bioprint de los alimentos a base de plantas con alto contenido de proteína y con apariencia fibrosa como la carne.

Una de las marcas de Billy Goat, The Vegetarian Butcher, utiliza tecnología que busca en otros ingredientes además de plantas, que puedan proveer el sabor a carne a sus sustitutos a base de plantas. El heme (proteína que se puede encontrar en animales y plantas), ofrece el sabor adecuado, y el extracto de levadura, esta también disponible como un agente saborizante moderno.

Mientras que la carne a base de plantas ya esta en el canal de consumo popular en Estados Unidos, la comida del mar a base de plantas todavía no alcanza este nivel. Varias empresas están trabajando en convertirse en el primer gran fabricante en este mercado potencialmente masivo, -reemplazar al pescado con alternativas a base de plantas podría incluir beneficios a la salud, mejorar la sustentabilidad, y atraer a los comensales atrevidos.

La empresa Aqua Cultured Foods, esta usando hongos como base para su sustituto de pescado, que actualmente incluye formulas para hacer atún, pescado blanco, calamar y camarón. El proceso patentado, usa ingredientes no derivados de animales, para cultivar los hongos y usa controladores de calor, humedad e hidratación, para dar la textura apropiada para cada sustituto de comida del mar. El producto resultante, no contiene ningún tipo de gluten, o soya, y puede ser consumido por personas alérgicas a los mariscos.

La empresa Infinite Foods, una plataforma de e-commerce diseñada para ayudar a las marcas de alimentos innovadores a lanzar sus productos a mercados nuevos y emergentes, ha hecho suya la misión de desarrollar un sistema de alimentación a base de plantas en África. Los objetivos de la empresa, incluyen la agricultura de transformación, creando empleos, cultivando y apoyando a las comunidades ambientalmente sustentables. Las marcas de Infinite Food ha están disponibles en 800 puntos de venta en Sudáfrica, Rep. de Mauritania y Botsuana. “La seguridad alimentaria es un gran reto en toda África Subsahariana, - y ese fue el nacimiento de Infinite Foods”, dijo Michelle Adelman, fundadora y CEO de Infinite Foods en una entrevista con Foodable Network. “Realmente estamos buscando construir in ecosistema amplia, siendo pioneros en el movimiento de la alimentación a base de plantas en África”.

La Escases de Mano de Obra y Cadena de Suministro Interrumpida, Interconectadas Aumentando Precios de los Ingredientes



Los operadores de foodservice están siendo afectados por la falta de mano de obra de dos formas, no solo tienen problemas para conseguir empleados, sino que la industria de los alimentos en general, esta siendo golpeada por los altos precios de los ingredientes, como resultado de la falta de empleados de los fabricantes de alimentos. Esto ha llevado al aumento de precio de los menús, y mientras que los clientes han estado absorbiéndolos hasta ahora, el impacto en tráfico a largo plazo, esta por verse.

La cadena de suministro ha sido el mayor reto en toda la industria de foodservice, y 95% de los restaurantes en Estados Unidos, han sufrido “grandes retrasos en la proveeduría o la falta de ingredientes indispensables”, de acuerdo con una encuesta de National Restaurant Association (NRA). Otro 77% de los restaurantes han tenido que hacer cambios en el menú, para lidiar con estos cambios.

Estas estadísticas no son sorpresa, la industria esta bajo presión. Los precios de carne de res han crecido casi 60%, grasas y aceites 50% y el huevo casi 40%. Como resultado, el promedio de precios de los menús ha crecido 4.7% en los últimos 12 meses.

Aun aquellos restaurantes cuyos costos de ingredientes se ha estabilizado, siguen en un nivel incómodamente alto, de acuerdo con QSR Magazine. El precio spot promedio de las alitas con hueso, alcanzo \$3.22 por libra en el tercer trimestre del 2021 en la cadena Wingstop, el precio mas alto jamás pagado. Desde entonces, su costo ha bajado a US\$2.87 por libra, pero la empresa necesita que bajen hasta US\$2.00 por libra “para sentirse cómodos”. Los precios cambian históricamente entre 1% y 2% anualmente, pero las franquicias han implementado un 10% de aumento en el 2021, para protegerse de los aumentos.

Estos retos, están entrelazados con los conflictos de falta de mano de obra que prevalece en Estados Unidos. En noviembre, el NRA envió una carta al Presidente Joseph Biden, con una lista de soluciones que podrían ayudar a mejorar la cadena de suministro, no solo para los restaurantes sino para toda la economía:

- Aplicar una “reforma migratoria profunda, con una expansión de oportunidades de empleo para ayudar a mejorar la falta de empleos en general”;
- “Permitir que mas gente joven sea elegible para trabajar como choferes en la industria del transporte” con el fin de activar la logística y aliviar el bloqueo en el sistema; y
- “Eliminar los dañinos aranceles en alimentos, bebidas y equipos utilizados en la cadena de suministro” con el fin de mejorar el comercio y reducir significativamente la presión en el aumento de los precios de los alimentos básicos.

“En estos tiempos tan complicados, nuestra industria esta haciendo su mejor esfuerzo para proteger a sus empleados y clientes, mientras tanto, los restaurantes luchan por mantenerse abiertos”, dijo Sean Kennedy, VP Ejecutivo de Asuntos Públicos del National Restaurant Association. “Estas recomendaciones en conjunto, pueden funcionar para ayudar a los restaurantes que están siendo golpeados por la pandemia y los crecientes retos de la cadena de suministro en Estados Unidos.

Perfiles Estatales del Centro y Noreste USA



noticias breves

A pesar de la creciente inflación, los cuellos de botella de la cadena de suministro, y la escasa mano de obra, la industria de los alimentos debería estar haciendo planes para 2022. Además, la colaboración, comunicación y el desarrollo de contactos en personal, serán elementos críticos para el crecimiento, de acuerdo con los panelistas del Food & Beverage Forum 2021, presentado por BMO, Plante Moran y Nixon Peabody.

El uso de hongos en el segmento de alimentos empacados esta creciendo, con productos en todas las categorías. La tecnología esta jugando un papel importante en el "boom por los hongos", con startups que hacen productos a base de hongos que están produciendo micro-proteína, utilizándola como la fuente de proteína o ingrediente principal para crear productos sustitutos de carne y lácteos sin ingredientes de origen animal, reporto Just Food.

Cuatro de 10 consumidores, han comprado mas productos a base de plantas desde el comienzo de la pandemia, de acuerdo con un estudio de Paalsgard.

con uno de cada siete nuevos productos desarrollados en el mundo, enfocados en el BBQ.

Las ventas de las alternativas a los lácteos alcanzaran 16 mil millones de dólares en la siguiente década.

Innovación y los perfiles nutricionales de los productos a base de plantas, son un motivo de inspiración para los consumidores y los inversores, de acuerdo con la firma FMI Research.

Veintitrés por ciento de los compradores de abarrotes en línea, dijeron que esperan hacer mas compras por internet en el año que viene. La Encuesta de Octubre hecha por Acosta Shopper Community, encontró también que 64% planea seguir comprando al mismo nivel que ahora, reporto Supermarket News.

Los supermercados dicen que sus clientes están comprando mas productos de carne de res de marca propia, y consumiendo alternativas mas baratas como el pollo o cerdo. Los precios de productos como el ribeye, se incrementaron 40% en un año, de acuerdo con la firma de investigación IRI, reporto el Wall Street Journal.

Las ventas de condimentos, aderezos y salsas crecieron como espuma durante el pico de la pandemia, y muchos de estos productos han demostrado permanencia. Los consumidores han estado buscando productos que les permitan crear platillos con inspiración mundial y calidad de restaurante, en casa, además de productos con ingredientes mejores-para-ti y a base de plantas, reporto Supermarket News.

Las ventas de productos fermentados se están incrementando, por el creciente interés de los consumidores en la microbiota, disparado en parte por la pandemia de COVID-19. Los productos fermentados tuvieron un incremento del 4% en los últimos 12 meses, alcanzando 9,200 millones de dólares en ventas en los Estados Unidos, de los cuales el 83.1% de las ventas totales, fueron productos relacionados con yogurt, reporto Food Technology Magazine

Un creciente numero de casos de intolerancia a la lactosa, y el creciente interés de los consumidores en un estilo de vida mas saludable, esta apoyando el crecimiento global del mercado de alternativas a la carne, de acuerdo con la firma Transparency Market Research.

El BBQ esta al rojo vivo en todo el mundo. La empresa irlandesa de alimentos Kerry, identifico a este estilo de cocina como la tendencia de sabor mas importante en el 2021,



MISSION STATEMENT

El Boletín U.S. Foodlink y el boletín por correo electrónico son hechos para usted por Food Export Association of the Midwest USA y Food Export USA – Northeast, dos grupos regionales estatales comerciales de los Estados Unidos que promueven las exportaciones de productos agrícolas y alimentos de los Estados Unidos. Food Export Midwest y Food Export Northeast administran muchos servicios utilizando fondos del Programa de Acceso a Mercados (Market Access Program) del Servicio Agrícola del Exterior del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA). U.S. Foodlink fue creado para dar a nuestros lectores información confiable en un formato fácil de leer.

Food Export-Midwest y Food Export-Northeast administran muchos servicios a través de la financiación del Programa de Acceso al Mercado (MAP) del Servicio Agrícola Exterior (FAS) del USDA. Las personas con discapacidad que necesiten adaptaciones razonables o medios alternativos de comunicación de la información del programa deben ponerse en contacto con nosotros. Además, la información del programa puede estar disponible en otros idiomas además del inglés. Food Export-Midwest y Food Export-Northeast prohíben la discriminación en todos sus programas y actividades por motivos de raza, color, origen nacional, religión, sexo, identidad de género (incluida la expresión de género), orientación sexual, discapacidad, edad, estado civil, estado familiar/paterno, ingresos derivados de un programa de asistencia pública, creencias políticas, represalias o venganza por una actividad previa de derechos civiles. Para presentar una queja por discriminación en el programa, vaya a <https://www.ascr.usda.gov/filing-program-discrimination-complaint-usda-customer>. Food Export-Midwest y Food Export-Northeast son empleadores y proveedores con igualdad de oportunidades. Food Export-Midwest y Food Export-Northeast no toleran el fraude y están atentos a la prevención del fraude en cualquiera de sus programas. Food Export-Midwest y Food Export-Northeast se reservan el derecho exclusivo de aceptar o rechazar empresas en sus programas. Para conocer las políticas de participación completas y nuestro código de ética, visite: www.foodexport.org/termsandconditions.



U.S. FOODLINK

FOOD EXPORT – MIDWEST & FOOD EXPORT – NORTHEAST STAFF

Tim Hamilton

Director Ejecutivo

Greg Cohen

Gerente de Comunicaciones

Adolfo Montelongo

Coordinador de Comunicaciones - Contenidos

Laura Buske

Coordinadora de Comunicaciones - Publicaciones

Sarah Larson

Communications Associate
Social Media

Tia Regec

Asociado de Comunicación

Food Export Association of the Midwest

309 W. Washington, Suite 600
Chicago, IL 60606 USA
312.334.9200

Michelle Rogowski

Subdirectora

Teresa Miller

Director de Asociaciones Estratégicas

Molly Burns

Gerente Branded Program

Brendan Wilson

Director del programa de marketing internacional

Food Export USA – Northeast

One Penn Center 1617 J.F.K. Boulevard,
Suite 420
Philadelphia, PA 19103 USA
215.829.9111

Howard Gordon

Gerente Branded Program

Andrew Haught

Gerente de Marketing Internacional

www.foodexport.org

Comentarios, preguntas
email: info@foodexport.org

SUBSCRIPCIONES

El boletín U.S. Foodlink está disponible bimestralmente en muchos países alrededor del mundo. Pregúntenos como tener acceso a este material en su país enviando un correo electrónico a: info@foodexport.org



Food Export - Midwest & Food Export - Northeast



Food Export - Midwest & Food Export - Northeast



[foodexportsusa](https://www.instagram.com/foodexportsusa)



Federated Group, Inc.

Bergenfield, New Jersey

Federated Group es una empresa de primer nivel, especializada en ventas y marketing en los segmentos de abarrotes, foodservice, farmacia y tiendas de conveniencia. Trabajando con retailers, distribuidores, mayoristas y marca propia, Federated ofrece programas y servicios para crecer las ventas de marca propia de nuestros clientes.

Federated Foods LLC — Dueños de marcas propias equivalentes a las marcas nacionales, así como productos orgánicos. Expertos en el manejo y diseño de marcas propias. Federated ofrece aseguramiento de calidad, y eficiencia en logística y suministro; etiquetado y empaque; oportunidades de redistribución de queso; manejo del programa WIC en Estados Unidos; revisión de auditorías de inocuidad a terceros.

Golden Bay LLC, provee soluciones de logística incluyendo servicios de consolidación, procesamiento de ordenes de compra y entregas, y manejo de inventarios.

Federated Foodservice — Es un grupo de compras de foodservice, que ofrece soluciones de proveeduría inmediata trabajando con grandes distribuidores de foodservice, el foodservice de supermercados y tiendas de conveniencia.

Federated coordina la participación en las exposiciones de retail y foodservice en las que sus clientes pueden ver a sus clientes actuales y futuros, ayudando a tener mas oportunidades de compra y desarrollo de estrategias de venta, planeando un robusto itinerario promocional. fedgroup.com



YZ Enterprises dba Almondina

Maumee, Ohio

YZ Enterprises, Inc es una empresa familiar operada por sus dueños en el estado de Ohio, USA, fabricante de deliciosas y saludables galletas y snacks Almondina Brand desde 1989. Los productos de Almondina Brand son galletas y snacks de almendras delgados y crujientes, horneados dos veces y son perfectos para toda ocasión. Cada receta esta llena de almendras y tiene solo ingredientes naturales, sin químicos ni conservadores. Los productos Almondina Brand son kosher y son libres de lácteos y colesterol, sin sal o grasa añadida y sin grasas-trans. Las nuevas adiciones a nuestra línea de productos también son libres de OMG. Almondina Brand están disponibles en tres deliciosas líneas que seguro les gustaran: Almondina Biscuits, Toastees y Almond Bites libres de OMG. almondina.com

**Para mayor información de estos y otros Productos Destacados
Por favor escriba a: FoodLink@foodexport.org**



Wise Mouth Inc.

Foxboro, Massachusetts

Wise Mouth Tea es una compañía del estado de Massachusetts, fundada en 2016. Cuando Lei Nichols se convirtió en maestro, se dio cuenta de las bebidas poco saludables que sus alumnos consumían y decidió hacer algo al respecto. Wise Mouth tiene dos líneas con siete bebidas de té hechas a mano, totalmente naturales, listos para beber en botellas de vidrio, -basadas en los tradicionales té del oriente y flores. 100% naturales, sin concentrados, aditivos ni ingredientes artificiales. Pueden tomarse calientes o fríos. wisemouthtea.com



kin+kind

New York, New York

Tenemos la misión de hacer limpiar los productos para mascotas, haciendo productos naturales a precios razonables, que no solo sean buenos para los animales sino también para el mundo. Los productos limpios combinan ingredientes naturales, diseño seguro y efectivo, y producción con ética. Nuestro equipo de humanos inteligentes, incluyen veterinarios, formulaciones y expertos en plantas, con tecnología avanzada. Utilizamos ingredientes orgánicos certificados por USDA, libres de OMG's y químicos dañinos, mezclados a mano en nuestra planta. kind+kind.com



The Fremont Company

Fremont, Ohio

The Fremont Company, es una empresa líder, fabricante de Ketchup y Salsas BBQ. Los retailers y marcas mas importantes a nivel mundial, confían en Fremont para producir el mejor Ketchup y salsas BBQ para sus marcas propias en mas de 80 países. Nuestros Ketchup regular y orgánico, son productos naturales, libres de colores artificiales, conservadores, almidones y gomas, que productos de otros países si contienen. Nuestra Marca Propia y la marca Mississippi de salsas BBQ, dan a los consumidores el verdadero sabor de la salsa BBQ a precios muy competitivos. Nuestros productos son empacados en botellas PET Premium transparentes. plketchup.com



Tanuk Inc.

Newton Highlands, Massachusetts

Meal Mantra es una línea auténtica de dips, chutneys y salsas de curry totalmente naturales, hechos en lotes pequeños con nuestras recetas ancestrales, de los creadores de la cocina Tandoori y preparados a la perfección. La cocina de la India, es reconocida por sus opciones saludables y sabores que van muy bien con muchos vegetales e incluso a las legumbres, elevándolos a una experiencia gourmet.

Anu, Co-fundadora de Meal Mantra, aprendió a apreciar el maravilloso arte de cocinar a una edad temprana, cuando seguía a su abuelo Kundan Lal Gujral, (inventor de la Cocina Tandoori), en las cocinas del legendario restaurante Moti Mahal en la India, y perdía la noción del tiempo con los aromas, sabores y texturas de la comida. mealmantra.com



Ecuadorian Rainforest, LLC

Clifton, New Jersey

Desde 1997, Ecuadorian Rainforest ha sido proveedor de ingredientes nutracéuticos en polvo y extractos en polvo de fruta, hierbas, marinos, especias y vegetales, para las industrias de belleza, salud y nutricional. En Ecuadorian Rainforest estamos comprometidos con ofrecer la mejor calidad en el mercado de ingredientes.

Ofrecemos un riguroso programa de pruebas y estricto control de calidad en nuestros ingredientes. No importa en que parte del mundo este, Ecuadorian Rainforest puede proveer ingredientes de todas partes del mundo a su negocio.

IntoTheRainforest.com



Core and Rind

Saint Louis, Missouri

Core & Rind creo las salsas a base de plantas y libres de lácteos Cashew Cheesy Sauces, con ingredientes a base de plantas naturales de verdad. Sus fundadoras, Candi y Rita, pasaron años desarrollando estas salsas para hacer tu vida mas saludable y sabrosa. Nuestra empresa es orgullosamente de mujeres. Las salsas Core and Rind, son de etiqueta limpia, estables en anaquel, amigables con paleo, keto y vegano, disponibles en tres sabores: Sharp & Tangy, Bold & Spicy and Rich & Smoky. Son perfectas para vegetales, pasta, tacos, nachos, sopas, hamburguesas, ensaladas, pizza, papas y mas. coreandrind.com



Chicken Soup for the Soul Pet Foods

Cos Cob, Connecticut

En Chicken Soup for the Soul Pet Food, hacemos alimentos balanceados y completos, creados con una nutrición sólida e ingredientes de confianza. Lo hacemos simple: comida verdadera, servida con amor verdadero. Ofrecemos una completa línea de comida para gato seca y húmeda, con carne de verdad como principal ingrediente. Nuestros productos son hechos con vegetales, frutas y hierbas, enriquecidos con antioxidantes y vida de anaquel de hasta 18 meses en el alimento seco y hasta 36 meses para el alimento húmedo (enlatado).

chickensouppets.com



Widmer's Cheese Cellars

Theresa, Wisconsin

Widmer Cheese Cellars fue fundada hace 90 años por un inmigrante suizo, y nos establecimos en el corazón de la región mas rica en quesos en Estados Unidos. Desde entonces, fabricamos quesos y otros productos lácteos. El lema de nuestro fundador es "no tomen atajos, y solo acepten lo mejor". Esta visión de los quesos, ha sido aplicada por cuatro generaciones de la familia Widmer.

Aplicando las técnicas de fabricación que han pasado de generación en generación de queseros de Europa y Wisconsin, Widmer Cheese Cellars produce algunos de los mas finos quesos Brick, Cheddar y Colby del mundo. La herencia, cultura y orgullo de fabricación de lácteos y quesos, corren por sus venas. Hechos artesanalmente, bajo la supervisión estricta de Joe Widmer, 3ª generación y Quesero Master Certificado. widmerscheese.com

**Para mayor información de estos y otros Productos Destacados
Por favor escriba a: FoodLink@foodexport.org**