

2.ª jornada

Ciencia, innovación y mercados de alimentos a base de plantas



Jueves 10 de julio



13:30 - 17:30h



Salón Auditorio.

Universidad Argentina de la Empresa

UADE - Lima 717 CABA

ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE ALIMENTOS A BASE DE PLANTAS



Argentina

QUÉ ES LA ABP

¿QUIENES SOMOS?

La Asociación de Productores de Alimentos a Base de Plantas es una asociación civil **sin fines de lucro**, que **nuclea a productores de alimentos** a base de plantas de Argentina.



PROPÓSITO

¿QUÉ BUSCAMOS?



1 Promover la **industria** a base de plantas y lograr un **mercado justo y competitivo**.
Concientizar sobre la **producción y el consumo responsable** y el cuidado del medio ambiente.

2 Promover la **difusión y posicionamiento** de la industria a base de plantas en Argentina.

3 Promover la **cooperación** y facilitar **espacios de diálogo** entre nuestros socios.
Ser nexo entre las empresas y organismos públicos.



SOMOS MIEMBROS DE “PLANT BASED FOOD GLOBAL ALLIANCE”



PLANT BASED FOODS
GLOBAL ALLIANCE

Austria publica nuevas recomendaciones nutricionales que aconsejan consumir alimentos predominantemente de origen vegetal

1 de agosto de 2024

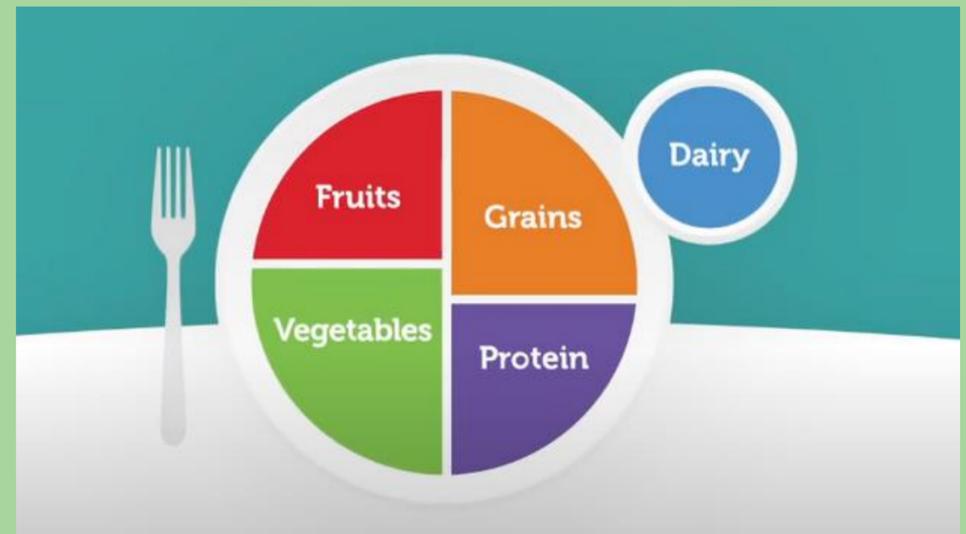


Argentina.gov.ar

Buscá en el sitio

Ministerio de Salud / Alimentación saludable /

Gráfica de alimentación saludable



USDA
U.S. DEPARTMENT OF AGRICULTURE

NUESTROS ASOCIADOS



CONTAMOS CON MÁS DE 80 EMPRESAS MIEMBRO QUE PRODUCEN ALIMENTOS A BASE DE PLANTAS DE LAS SIGUIENTES CATEGORÍAS:

Aceites

Aderezos y Dips

Análogos / Ultra procesados

Barritas y Granolas

Bebidas Probióticas

Bebidas Vegetales

Chocolates

Frutas y Verduras envasadas

Mantequillas de frutos secos

Galletas y Crackers

Helados

Infusiones y Especias

Jugos de Frutas

Medallones

Mermeladas y Dulces

Quesos y Yogures Vegetales

Raw Food y Germinados

Snacks

Harinas

Arroces, Legumbres

y Cereales

Ingredientes

Premezclas

Cosmética



NUESTROS ASOCIADOS



MUCHAS GRACIAS

WWW.ABASEDEPLANTAS.COM.AR



[@a.abasedeplantas](https://www.instagram.com/a.abasedeplantas)



Asociación de Productores ABP Oficial



INFO@ABASEDEPLANTAS.COM.AR



2.ª jornada

Ciencia, innovación y mercados de alimentos a base de plantas

Bloque 1: Tendencias y canales de comercialización en el mercado plant-based



Ariadna Carulli
Directora & Creadora



Sergio Rocca
Director de Marcas Propias



Lucas Piacenti
Socio fundador



A large, stylized leaf graphic in a lighter shade of blue, positioned in the upper left quadrant of the slide. The leaf is composed of several overlapping, rounded shapes that form its outline and internal veins.

LAS OPORTUNIDADES DE EXPANSIÓN DEL PLANT-BASED

**¿qué podemos hacer desde
nuestro lugar?**



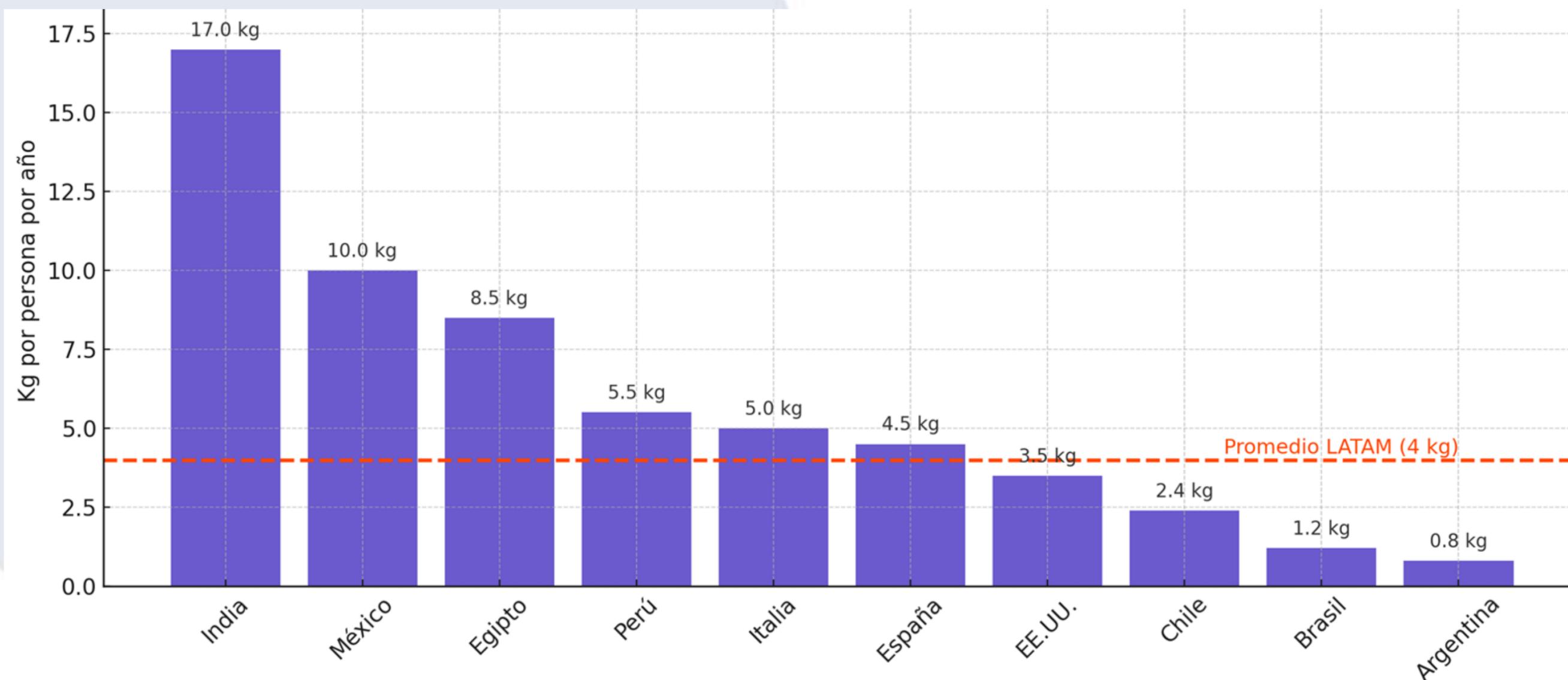
INVESTIGAMOS PARA ANTICIPAR LO QUE VIENE.

¿Por qué pensar sólo en el consumidor de plan-based hoy cuando podemos hablar del potencial?

¿No es más interesante pensar hasta dónde puede expandirse el consumo del plan-based?



Argentina produce legumbres con uno de los rendimientos más altos del mundo. Pero **cada persona consume solo 800 gramos por año.**



El paradigma de alimentación fue evolucionando a través del tiempo como respuesta a transformaciones sociales.

MÁS VARIEDAD DE ELECTRODOMÉSTICOS. MÁS CONGELADORES

GRANDES SUPERFICIES Y AUTOSERVICIO. BOOM DE INDUSTRIALIZACIÓN

APARECE EL MICROONDAS Y MEJORAN LOS MODOS DE TRASLADO REFRIGERADOS

PROLIFERAN MARCAS BLANCAS. LA MARCA YA NO ES SINÓNIMO DE CALIDAD.

REVALORIZACIÓN DE LOS COMERCIOS DE BARRIO

70's

80's

90's

2000's

2010's

2020's

Casero, como lo de casa.

Comer Diet para perder peso.

Rápido y Delicioso.

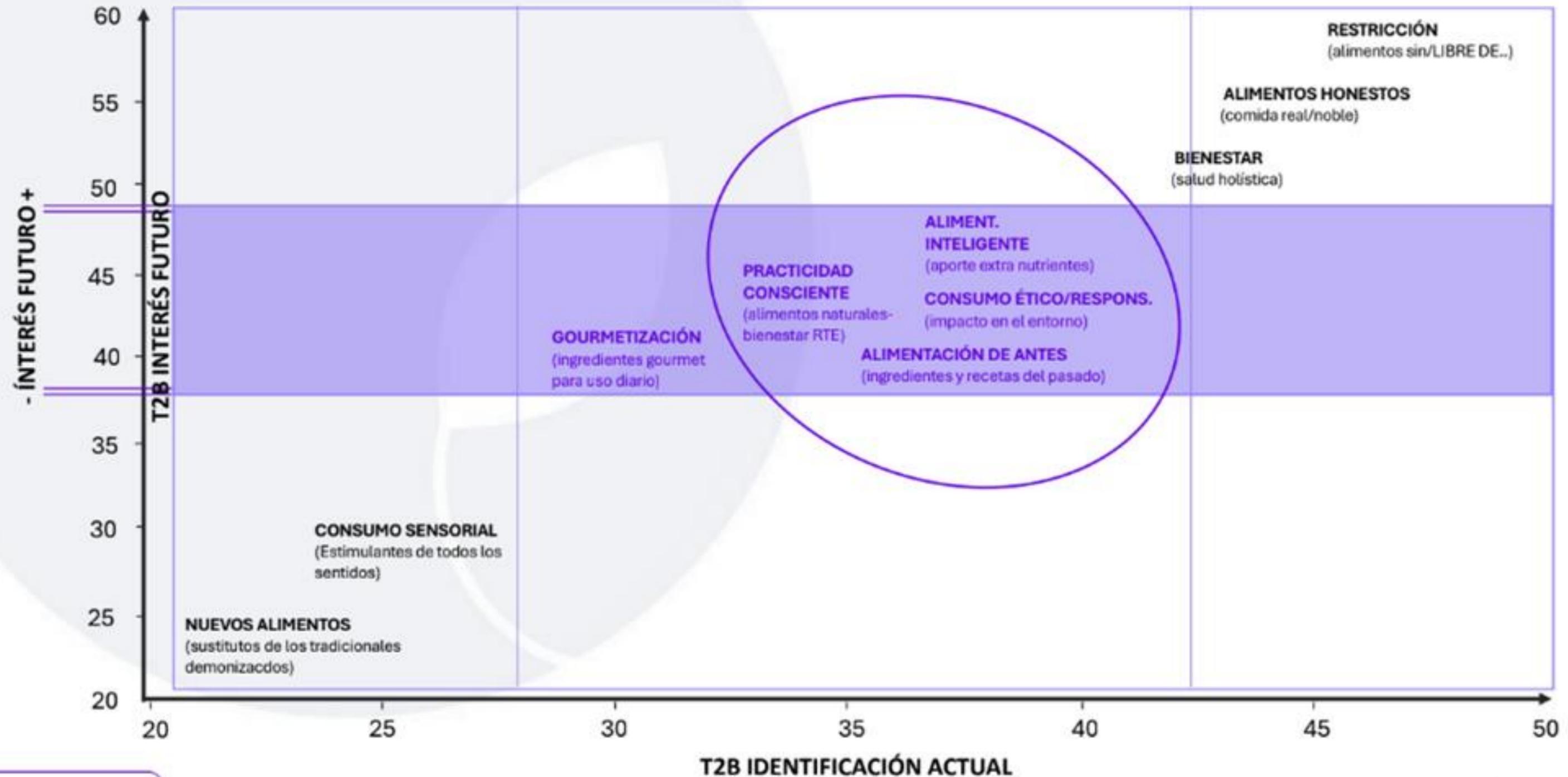
La búsqueda del Equilibrio.

Comida Real.

Alimentación Consciente.



En el paradigma de alimentación consciente hay **distintas tendencias** que dialogan con las necesidades del público consumidor.



Hay una desconexión cultural pero mucho potencial. El bienestar consciente es un paradigma que contiene a las legumbres.

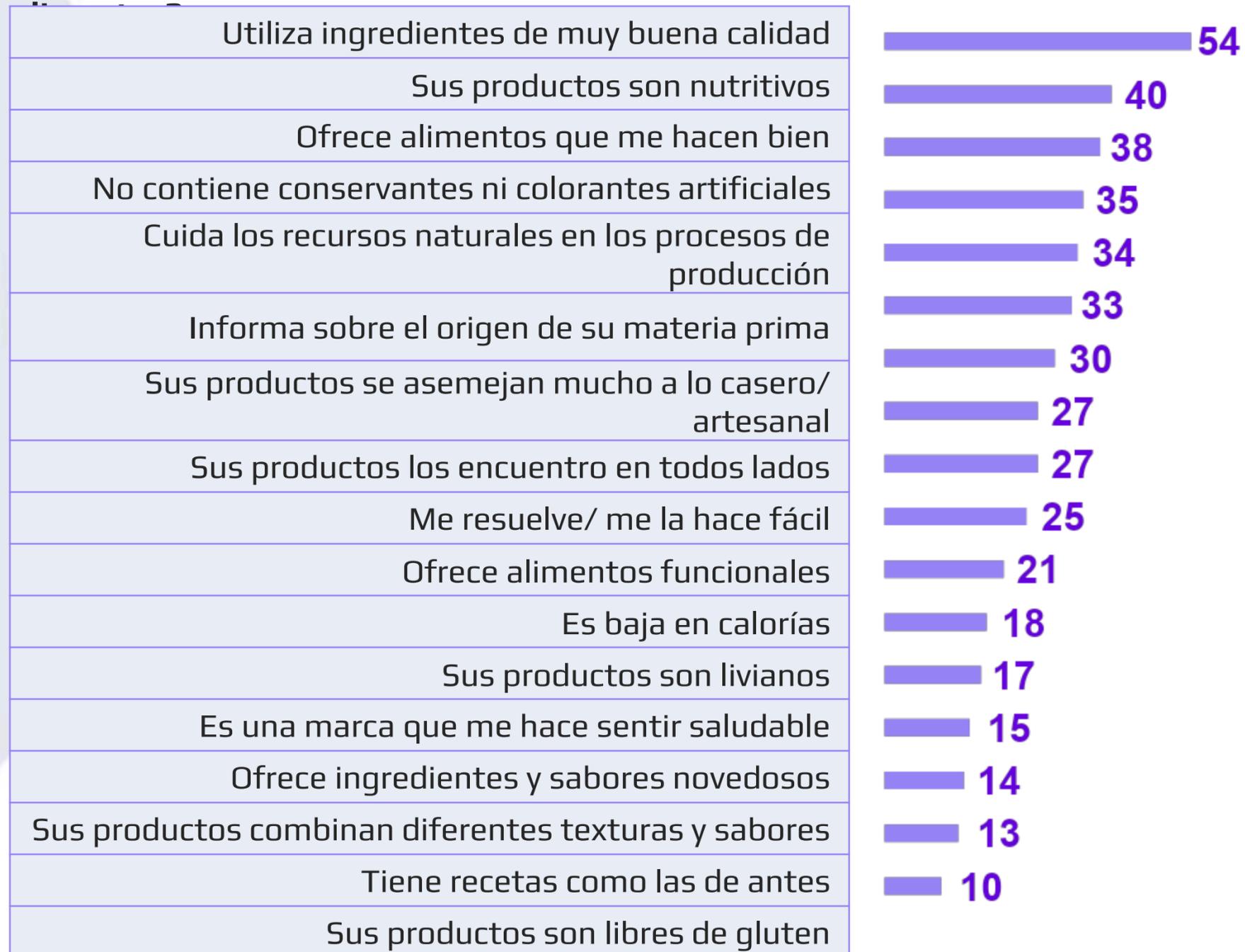


LO QUE BUSCA EL PÚBLICO CONSUMIDOR:

Buena calidad, nutrición, que haga bien, sin conservantes ni colorantes artificiales son las principales demandas hacia un alimento.

Todas características de las legumbres.

¿Qué aspectos consideras que son los más importantes a la hora de elegir una marca de



Datos en % - Base Total 407casos

A continuación, hay una serie de características que nos interesa saber cuán importantes te resultan a la hora de elegir una marca de alimentos

ariadna@ladupla.la

No tenemos un problema de relevancia cultural.
Tampoco tenemos un problema de producto porque las legumbres ofrecen la mayoría de los atributos que las personas buscan en un alimento.



Entonces, la pregunta es:

¿Qué podemos hacer cada uno desde su metro cuadrado para cambiar el imaginario alrededor de las legumbres?



¿Desde qué lugar las presentamos?



¿Desde la restricción y la salud básica, o desde lo que realmente le importa hoy a las personas: el sabor, la nutrición accesible, la conexión con lo simple?



Este es el momento de dejar de hablarle al perfil de consumidor que ya tenemos, y empezar a construir para el que todavía no llegó.

**Alguien tiene que ayudar a que lo vean.
Y ese alguien, pueden ser ustedes.**



ariadna@ladupla.la

la dupla &Co

WWW.LADUPLA.LA

+54 9 11 6481-6872



JOIN US!
[@LaDuplaAndCo](https://www.instagram.com/LaDuplaAndCo)



GREEN&CO®

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE ALIMENTOS NATURALES

**¿Hacia dónde se dirige
el mercado plant based
en la Argentina?**

Somos Green & Co.

La **principal comercializadora de productos saludables y gourmet** en el país.

Conectamos marcas con puntos de venta, priorizando el impacto positivo y el crecimiento en conjunto.



GREEN&CO®

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE ALIMENTOS NATURALES

+ de 2300 clientes

Tiendas saludables | Locales de cercanía | Dark stores



+ de 350 marcas

Saludables | Gourmet

+ de 3000 productos

Seco | Refrigerado | Congelado

Perfil de nuestros clientes B2B

Dietéticas, almacenes naturales, supermercados regionales.

Emprendimientos que **valoran nuestra selección de productos.**

Ubicados especialmente en **AMBA y principales ciudades de Argentina.**

Buscan productos **innovadores**, con rotación, y **diferenciación frente al canal tradicional.**



Para el consumidor final tenemos Biotienda.club



GREEN&CO®

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE ALIMENTOS NATURALES

Ecommerce sustentable
especializado en productos
saludables y conscientes.

Alimentamos el cambio
acompañando a
consumidores en su camino
hacia una **vida más simple,
ecológica y sostenible.**



Evolución Argentina: categoría plant based

GREEN&CO®

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE ALIMENTOS NATURALES

Crecimiento sostenido en la demanda.

El canal **saludable se expande** con propuestas + innovadoras: desde quesos veganos hasta bebidas fermentadas sin azúcar y productos proteicos.



Tamaño del mercado



Perfil del comprador

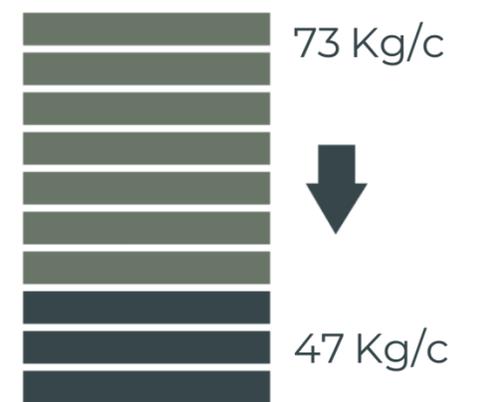


Productos demandados

CAGR ~7-20%*



Crecimiento de la categoría



Cambio en consumo de carne

*Compound Annual Growth Rate (CAGR)

Nuestro crecimiento plant based

En el último año, la categoría registró un **crecimiento mensual constante**, pasando de **590 mil** unidades vendidas en enero 2024 a **1,28 millones** en mayo 2025.*

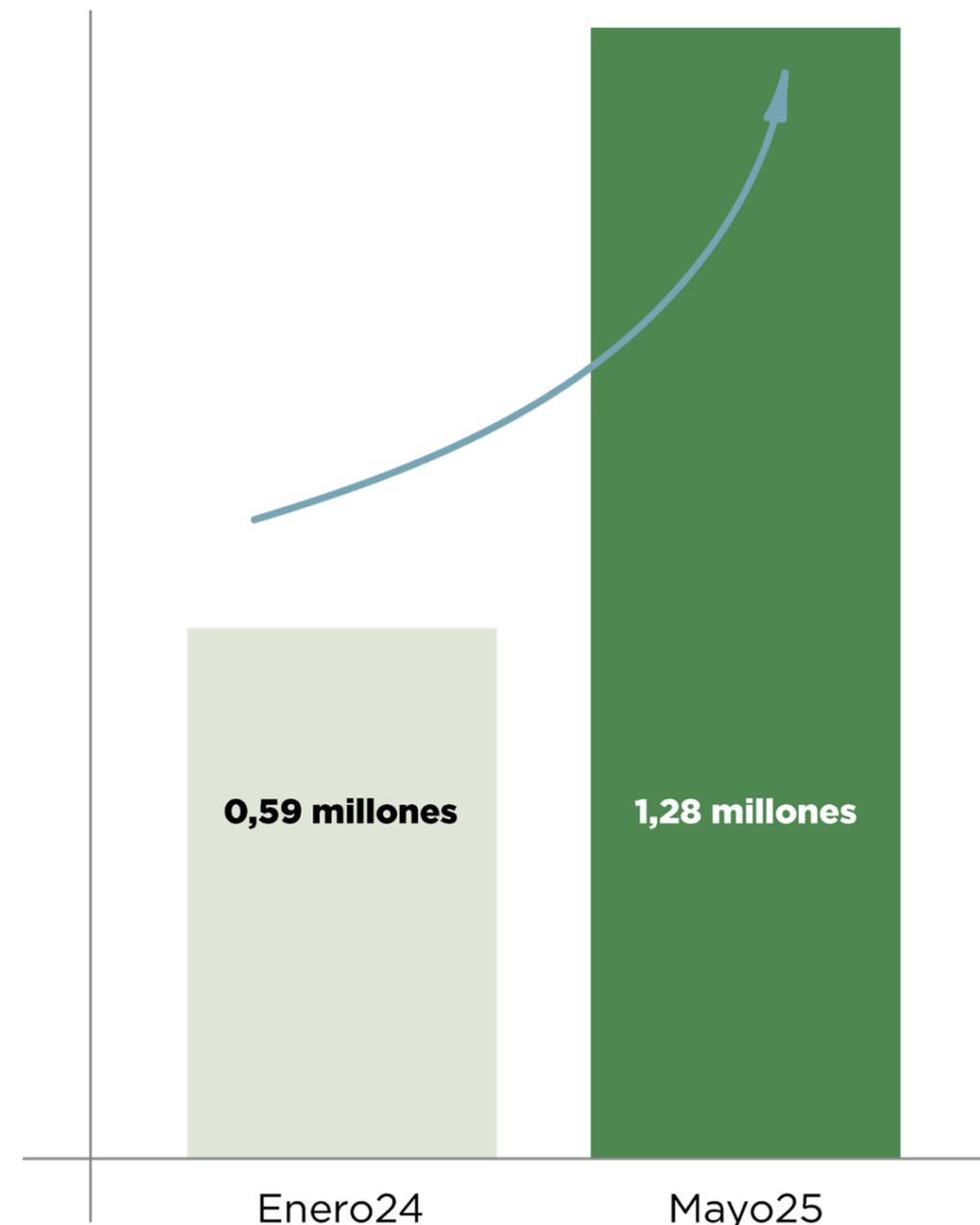
Crecimiento + pronunciado entre octubre 2024 y mayo 2025.*

*Combinando productos veganos y vegetarianos



GREEN&CO®

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE ALIMENTOS NATURALES



Nuestro crecimiento plant based

GREEN&CO[®]

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE ALIMENTOS NATURALES

+30

**Categorías de productos en
constante rotación**

Barras, aceites, snacks,
panificados, yogures, untables
y bebidas vegetales.

+500

**Nuevos puntos de venta incorporaron
plant based durante 2024**

Nuestro crecimiento plant based



GREEN&CO®

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE ALIMENTOS NATURALES

 **Biotienda.club**

x2,8

Casi se **triplicó la venta** de alimentos veganos y vegetarianos de enero 2024 a junio 2025

Productos + demandados por el consumidor

GREEN&CO®

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE ALIMENTOS NATURALES



Hamburguesas,
quesos, bebidas
y untables
vegetales



Semillas,
cereales y
harinas
especiales (sin
TACC)



Snacks
saludables,
funcionales y
libres de gluten

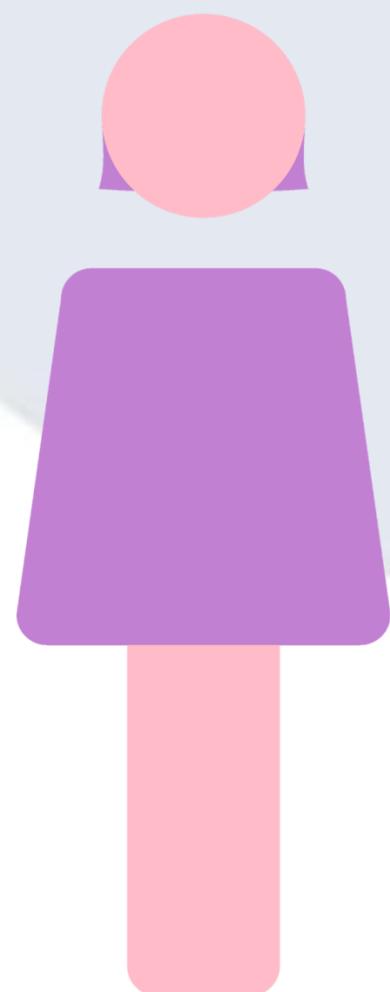


Cosmética
natural y
limpieza
sustentable

Perfil de nuestros consumidores

GREEN&CO[®]

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE ALIMENTOS NATURALES



+ 25, especialmente entre 30 y 49 años

Principalmente mujeres

(aunque en crecimiento entre hombres)

Viven en **zonas urbanas** (CABA, GBA, Córdoba y Rosario)

Valora el **impacto ambiental**, la **salud personal** y la practicidad.

Compra de forma recurrente productos sustentables: plant based, compostables, reutilizables y/o sin plástico

Qué buscan nuestros consumidores plant based?

GREEN&CO®

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE ALIMENTOS NATURALES



Productos sin ingredientes de animales, saludables y accesibles



Opciones Gluten Free, sin azúcares refinados, con buen perfil nutricional.



Envases sostenibles o reciclables.



Marcas con propósito, compromiso ambiental y transparencia.

GREEN&CO[®]

PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA
DE ALIMENTOS NATURALES



¡Muchas gracias!

www.greenco.com.ar

2.ª jornada

Ciencia, innovación y mercados de alimentos a base de plantas

Bloque 2: Explorando lo que viene: innovación y desarrollo en el sector plant-based



Alejandro Miguez
Director de la Carrera Ingeniería en
Informática y Licenciatura en IA y Ciencia
de Datos UADE.

UADE
UNIVERSIDAD ARGENTINA



Mariana Sanchez
Directora de Asistencia Tecnológica
y Desarrollo de Nuevos Productos

 Instituto
Nacional
de Tecnología
Industrial
INTI

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y CIENCIA DE DATOS

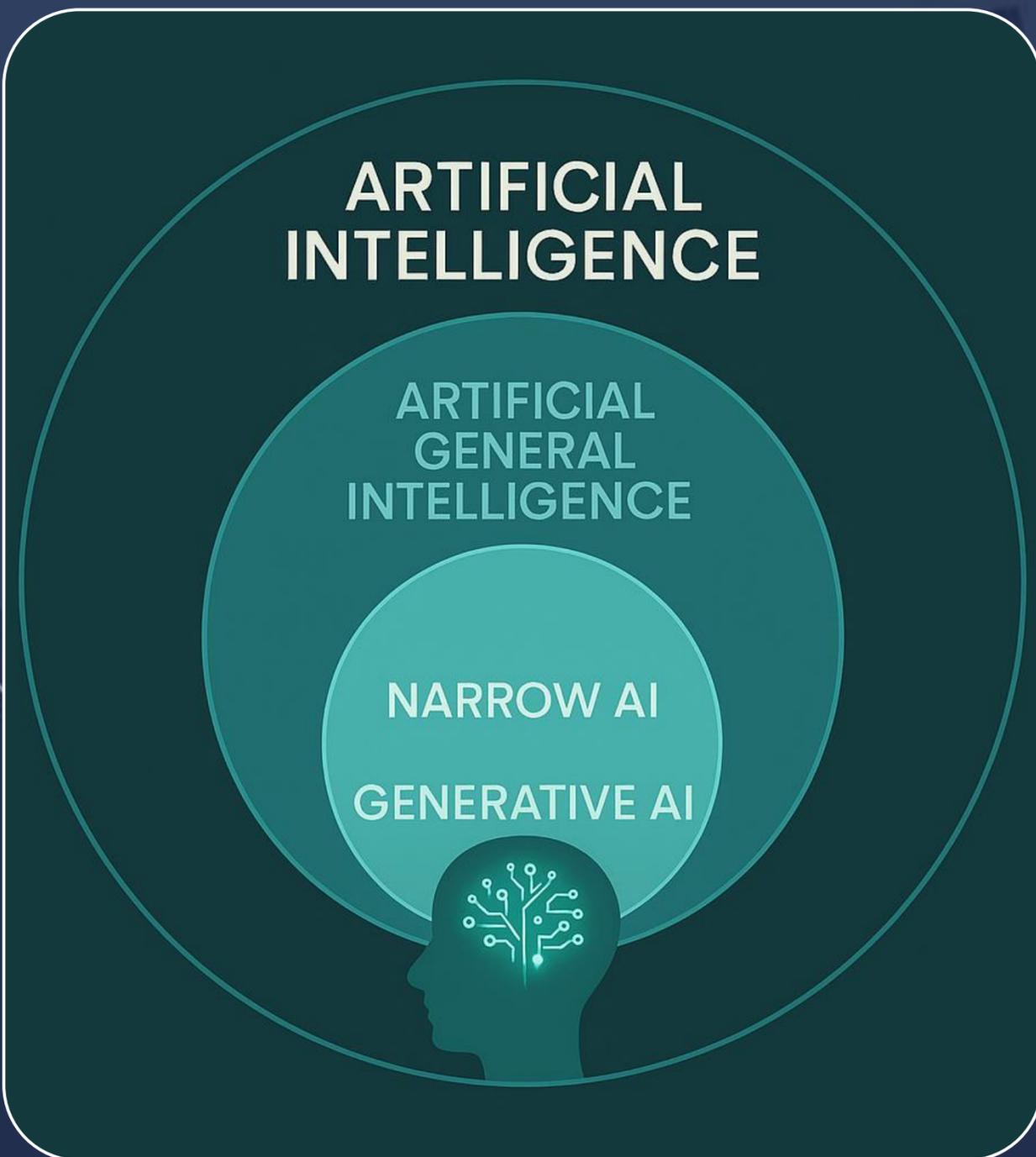


Aliadas accesibles para la innovación alimentaria basada en plantas

¿QUÉ ES LA IA?

“La Inteligencia Artificial es una rama de la informática que se ocupa de desarrollar sistemas capaces de ejecutar tareas que requieren: **razonar, aprender, tomar decisiones, reconocer patrones, interpretar el lenguaje o imágenes**, y adaptarse, de forma similar a como lo hacemos los seres humanos”





TIPOS DE IAs

IA débil o estrecha (Narrow AI): *sistemas diseñados para tareas específicas (ej: traductores automáticos, recomendadores de Netflix).*

IA generativa: *puede crear contenido nuevo, como textos, imágenes, música o recetas.*

IA general: *aún en desarrollo, capaz de realizar cualquier tarea cognitiva humana.*

USAMOS IAS COTIDIANAMENTE CUANDO...

✓ Cuando Spotify crea playlists que te gustan (y te atrapan)

✓ Cuando una cámara de seguridad detecta movimiento.

✓ Cuando un GPS aprende tus rutas y evita el tráfico.

✓ Cuando TikTok sabe que videos te van a gustar.

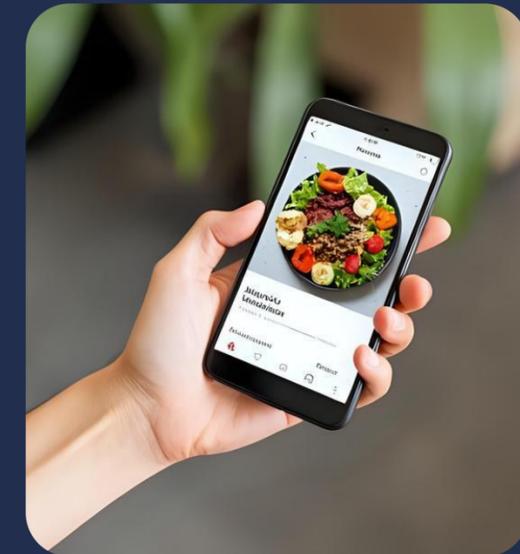
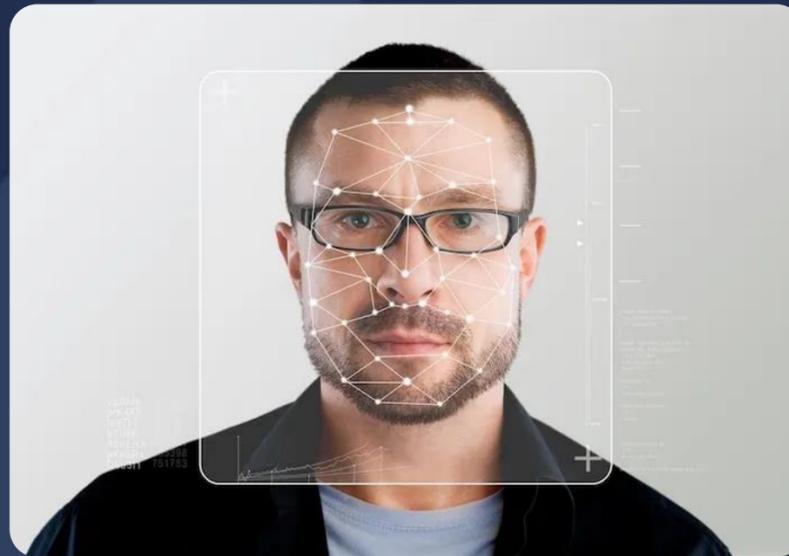
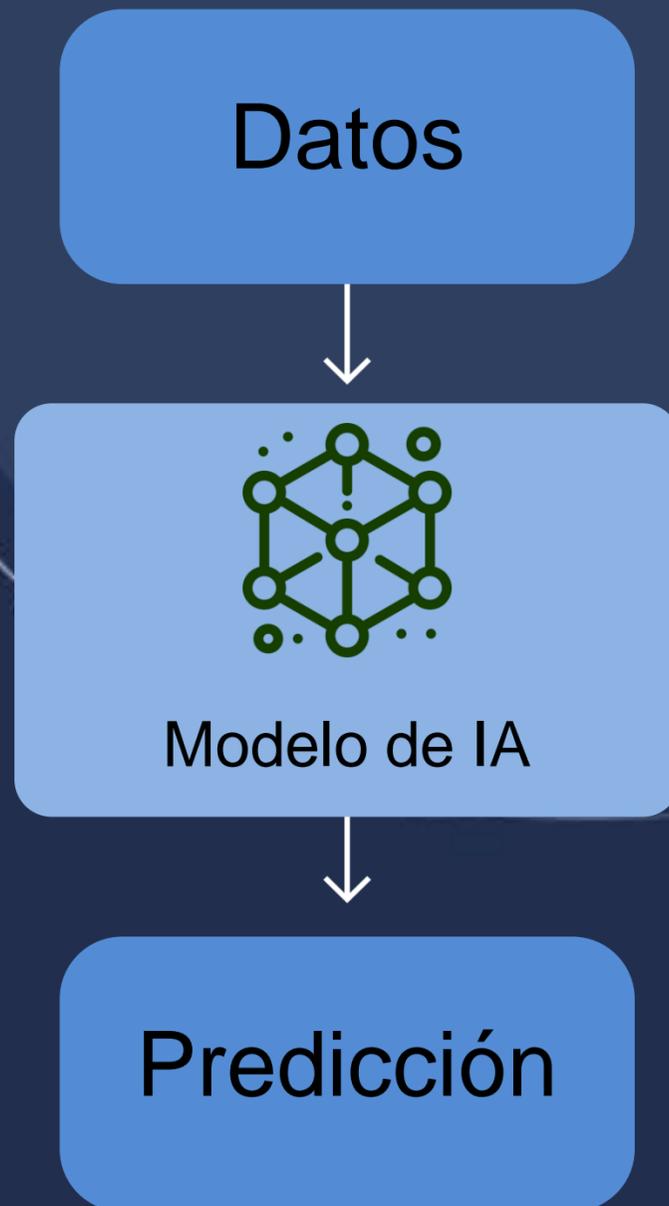
✓ Cuando una tienda online te sugiere productos según tu estilo de alimentación.

“Lo que tienen en común todos esos ejemplos es que un sistema informático: recibió datos, aprendió un patrón, y actuó en consecuencia.”

Y si todo eso está disponible para recomendar canciones o elegir una película...

¿Por qué no aplicarlo a elegir ingredientes, optimizar cosechas o predecir la demanda de tus productos?

“IA” NO REEMPLAZA A LA INTELIGENCIA HUMANA -> LA AMPLIFICA



PROYECTOS FINALES UADE



Brindarle a las PyMEs una herramienta, basada en **reconocimiento de imágenes** mediante deep learning, que les permita **optimizar sus procesos de control de calidad**, simplificando la tarea de **evaluación de los productos**, a un costo mucho más **accesible**, a través de la reducción de los costos iniciales de set-up

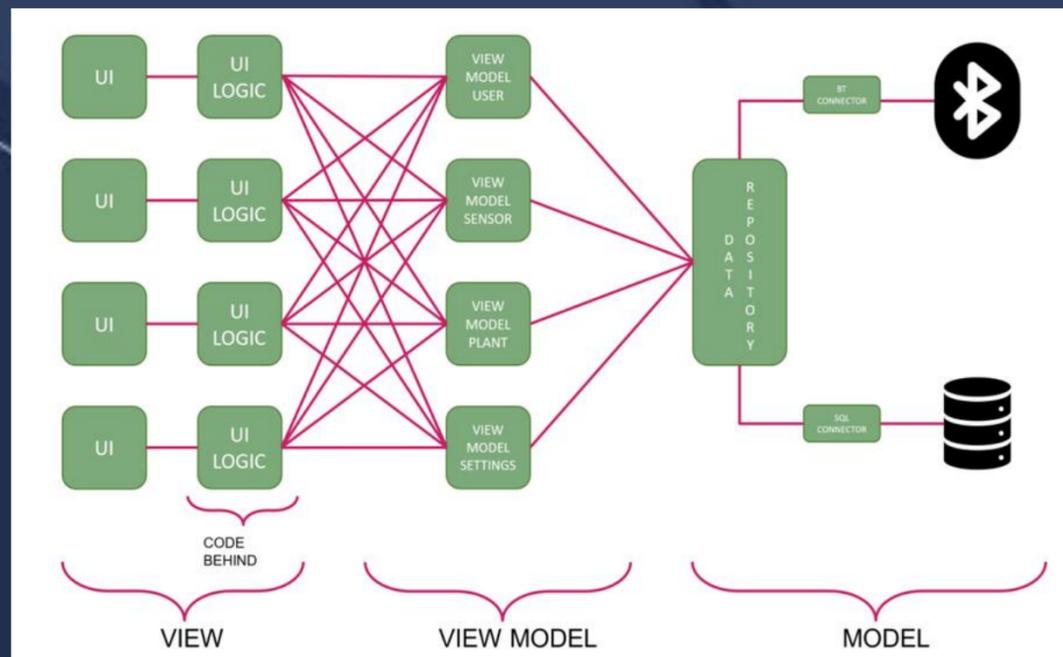


Predicción: Buena
Certeza: 100%

PROYECTOS FINALES UADE



Potenciar y maximizar el crecimiento de seres vivos, en particular plantas, mediante Inteligencia Artificial obteniendo información de múltiples sensores. La misión central es guiar a las personas en la responsabilidad de cuidar otro ser vivo. Este enfoque innovador puede expandirse a la industria y a Pymes, apuntando en **maximizar la productividad, riego y aplicación de nutrientes de manera adecuada y sustentable**



PROYECTO DE INVESTIGACIÓN “COMEDORES”

Desarrollar una herramienta basada en inteligencia artificial que permita, a partir del **reconocimiento de imágenes registrar los ingredientes disponibles y validar automáticamente** si las preparaciones ofrecidas en más de 200 comedores comunitarios cumplen con los **requerimientos nutricionales establecidos**. El sistema busca **optimizar** el uso de **recursos**, minimizar el desperdicio de alimentos y contribuir a la **sustentabilidad** del sistema alimentario, garantizando una alimentación saludable, suficiente y adecuada para poblaciones en situación de vulnerabilidad

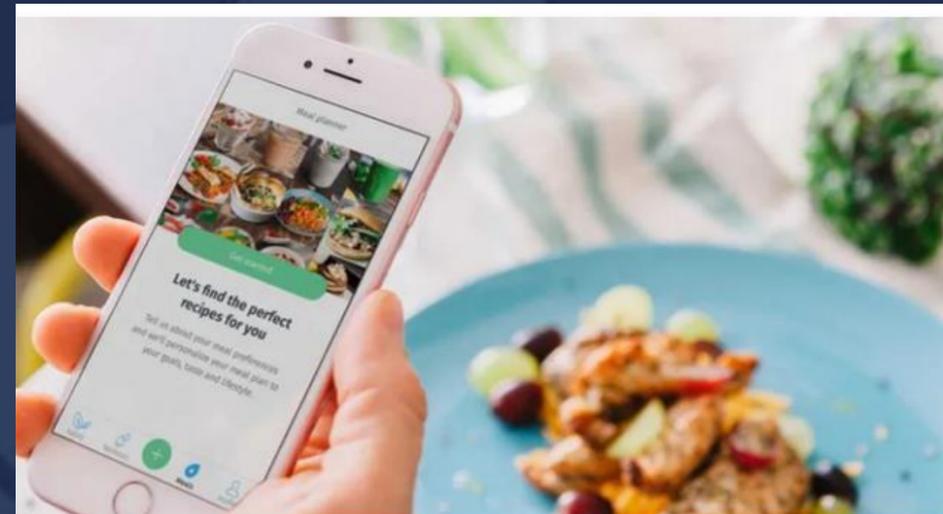


IA EN APPS MASIVAS

Nootric



8 Fit



MyRealFood: Recetas y alimentos



CONSIDERACIONES FINALES

“La IA no viene a reemplazar lo humano.

Viene a **amplificar** lo que sabemos hacer bien: **cuidar, innovar, conectar.**”

“Desde una maceta hasta un comedor, desde una receta vegana hasta una línea de producción, la inteligencia artificial **puede acompañarnos a crear un sistema alimentario más justo, más eficiente y más humano.**”

“Lo importante no es tener todos los datos o todos los recursos.

Lo importante es empezar. **Y eso ya está a nuestro alcance.**”

“EXPLORANDO LO QUE VIENE”

INNOVACIÓN APLICADA EN

ALIMENTOS PLANT BASED

Julio 2025



ASPECTOS POR RESOLVER

PRECIOS ELEVADOS

EL SABOR Y LA TEXTURA NO CONVENCEN

ARTIFICIALIDAD

ESCASA DISPONIBILIDAD EN EL MERCADO

FALTA DE UN RELATO PROPIO

COHERENCIA

TENDENCIAS

- ALIMENTOS A BASE DE “PLANTAS REALES”.
- ALIMENTOS CON “IDENTIDAD PROPIA”.
- ALIMENTOS CON “BENEFICIOS PARA LA SALUD”.
- DIVERSIFICACION , ACCESIBILIDAD Y
CONVENIENCIA.

ALIMENTOS FERMENTADOS



Alimentos producidos a través **del crecimiento controlado de microorganismos deseados** que conducen **transformaciones enzimáticas** de los componentes generando alimentos con **atributos sensoriales , funcionales característicos**

- TEMPEH
- MISO
- NATTO
- CHUCRUT
- KIMCHI VEGANO
- KEFIR VEGANO
- KOMBUCHA

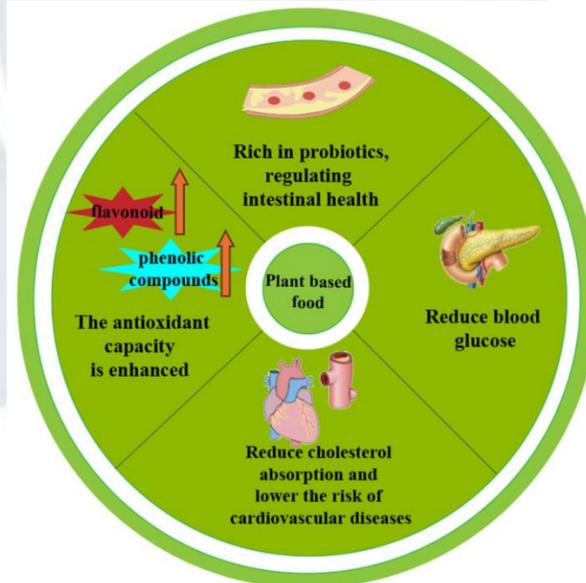


ALIMENTOS FERMENTADOS



BENEFICIOS

- Tecnología limpia
- Rescatan saberes
- Beneficios para la salud
- Nuevos sabores y texturas
- Etiquetas limpias



DESAFIOS

- Regulatorio
- Conocimiento técnico
- Escalabilidad de los procesos
- Validación de la seguridad alimentaria
- Estandarización del proceso
- Homogeneidad entre lotes de producto
- Comprobación de beneficios saludos y la comunicación

ALIMENTOS FERMENTADOS



Bebida **probiótica fermentada**, elaborada a partir de agua azucarada **y gránulos de KÉFIR (TIBICO!)**

Bebida **gaseosa, ligeramente ácida** y con un sabor que puede variar de afrutado a neutro

Bebida fermentada, **efervescente y ligeramente ácida**, elaborada a partir de **té endulzado** y un **cultivo simbiótico de bacterias y levaduras** conocido como **SCOBY**



ALIMENTOS FERMENTADOS



VARIET®
semillas y frutos secos
fermentados



Con Bacterias probióticas

Bio

ALIMENTOS FERMENTADOS



PROTEINAS VEGETALES

BLEND DE PROTEINAS

NUEVAS FUENTES DE PROTEINAS VEGETALES

- Habas
- Proteinas del Upcycling

PROTEINAS MEJORAS FUNCIONALMENTE

- Mayor estabilidad térmica
- Mayor estabilidad a pH ácidos
- Mayor solubilidad
- Geles mas firmes
- Menos pardeo

PROTEINAS MEJOR PERFIL SENSORIAL

- Mejor perfil sabor
- Menos color
- Menor residuo

PROTEINAS MEJOR PERFIL NUTRICIONAL

- Bajo Sodio

ALMIDONES , FIBRAS Y OTROS

ALMIDONES DE LEGUMBRES

- NATIVAS
- PRECOCIDAS

FIBRAS DE LEGUMBRES

JARABES DE LEGUMBRES

- CUSTOMIZABLES
- ESPESANTES
- EDULCORANTES
- LIGANTES



PURIS® Sweet Syrup



Tapioca Syrup



Agave Syrup



Brown Rice Syrup

MUCHAS GRACIAS

MARIANA SANCHEZ

msanchez@inti.gov.ar



INTI

Instituto Nacional
de Tecnología Industrial



Ministerio de Economía
Argentina

Secretaría de Industria
y Desarrollo Productivo