

**VIABILIDAD DE UN RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA VEGANA EN LA
CIUDAD DE BOGOTÁ**

**PAULA STEPHANIA ARANGO GONZÁLEZ Y LIZETH KATERINNE MUÑOZ
PORRAS**

**UNIVERSIDAD ECCI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DIRECCIÓN DE GASTRONOMÍA
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA
BOGOTÁ, D.C.
2021-1**

**VIABILIDAD DE UN RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA VEGANA EN LA
CIUDAD DE BOGOTÁ**

**PAULA STEPHANIA ARANGO GONZÁLEZ Y LIZETH KATERINNE MUÑOZ
PORRAS**

**Informe de anteproyecto del trabajo de grado para optar al título de Tecnólogos en
Gestión Gastronómica**

COLOMBIA SANDRA PATRICIA JARAMILLO BOTERO

UNIVERSIDAD ECCI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

DIRECCIÓN DE GASTRONOMÍA

TECNOLOGÍA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

BOGOTÁ, D.C.

2021-1

TABLA DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	2
3. OBJETIVOS	3
3.1. OBJETIVO PRINCIPAL.	3
3.2. OBJETIVOS SECUNDARIOS.	3
4. MARCO REFERENCIAL	4
4.1. MARCO CONCEPTUAL	4
4.2. MARCO LEGAL	4
4.3. MARCO HISTÓRICO	6
4.4. MARCO NUTRICIONAL	8
5. HIPÓTESIS	11
6. METODOLOGÍA	11
6.1. APOYO EN FUENTES TERCARIAS	11
6.1.1 CONCLUSIÓN DE LA HERRAMIENTA.	15
6.2. FODA	16
6.2.1 ESTRATEGIA	19
6.2.2 CONCLUSIÓN DE LA HERRAMIENTA.....	19
6.3. ENCUESTA	20
6.3.1 FICHA TÉCNICA	20
6.3.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA	23
6.3.2.1. CONTEXTUALIZACIÓN GENERAL DE LA ENCUESTA.....	23
6.3.3. EVALUACIÓN DE LA ENCUESTA.	23
.....	23
6.3.4. CONCLUSIÓN DE LA HERRAMIENTA.	29
7. ESTUDIO DE MERCADO	29
7.1. ANALISIS DEL SECTOR.....	29
7.1.1. A NIVEL MUNDIAL	29
7.1.2. A NIVEL NACIONAL (COLOMBIA)	33
7.1.3. A NIVEL REGIONAL (BOGOTÁ)	35
8. CONCLUSIONES	36
9. RECOMENDACIONES.	38
BIBLIOGRAFÍA	40

VIABILIDAD DE UN RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA VEGANA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se realiza para indagar la viabilidad de un concepto gastronómico vegano en la ciudad de Bogotá, comprendiendo e investigando sus raíces, fundamentos, características y la aceptación de este en la ciudad de Bogotá.

Desde la prehistoria el ser humano ha buscado diferentes maneras de alimentarse, pasamos de ser recolectores de semillas y frutas, a ser ganaderos y agricultores, enriqueciendo siempre nuestra dieta con alimentos nuevos y variados. Si bien es el concepto que tienen la mayoría de las personas en el mundo, hay un porcentaje que no considera ese tipo de alimentación como propia, y algunos de ellos, son capaces de convertirlo en un estilo de vida; algo más que una simple forma de alimentarse.

Teniendo en cuenta esto se hace interesante este tipo de gastronomía ya que se ha convertido en tendencia, por lo cual se quiere profundizar en el tema para conocer la viabilidad de un restaurante con estas características de manera correcta y fiel para todos aquellos que han convertido esta dieta en una gran parte de sus vidas.

JUSTIFICACIÓN

De acuerdo con los diferentes movimientos internacionales, el consumo de alimentos de origen natural, vegetariano, orgánico y enfocado a la defensa de los animales ha generado un impacto en los estilos de vida de la población mundial, de manera que los hábitos alimenticios han traído consigo una necesidad mucho mayor en el sector gastronómico, dejando así muchas más expresiones de creatividad que cumplan con productos de ingredientes simples y menos procesados, atendiendo a las necesidades dietéticas a través de establecimientos Veganos (inicio de la transición vegana por medio de dieta vegetariana estricta).

Nacionalmente, se ha podido notar que la predisposición a adoptar el veganismo como un estilo de vida ha aumentado de una manera considerable en Colombia, no solo por los estereotipos sociales referentes a un cuerpo sano, sino por su parte, también a la sensibilidad a los animales que son sometidos a pruebas científicas de productos químicos.

Según el DANE, se estima que del 100% del gasto de los hogares, el 25% es destinado a compras de ingredientes para desarrollar un menú con características fitness (Bejarano, 2015), lo cual respalda la teoría de que día a día, el nicho de trabajo de la comida sana continuará aumentando de manera significativa, requiriendo por su parte establecimientos que correspondan a esta necesidad que va en incremento.

Por lo anterior, determinar la viabilidad en la implementación de un establecimiento que permita la fabricación y distribución de alimentos veganos, podrá solventar

significativamente el cambio saludable en la alimentación de los colombianos, y a su vez, permitirá estudiar los factores directamente relacionados con la creación de un restaurante de dicha clase, evitando descuidar la calidad de los productos que se ofertarán.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO PRINCIPAL.

- Evaluar la viabilidad económica de un restaurante vegano en Bogotá.

3.2. OBJETIVOS SECUNDARIOS.

- Investigar los factores asociados a la viabilidad de crear un restaurante de comida rápida vegana en Bogotá
- Analizar los cambios en el comportamiento del consumidor en la industria de la comida vegetariana/vegana en Bogotá.
- Reconocer estrategias apropiadas para ingresar al mercado vegetariano/vegano.
- Identificar los factores positivos y negativos del ambiente gastronómico y de los competidores.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1. MARCO CONCEPTUAL

DEFINICIONES

De acuerdo con la Real Academia Española el vegetarianismo se define como “Régimen alimenticio basado principalmente en el consumo de productos vegetales, pero que admite el uso de productos del animal vivo, como los huevos, la leche, etc.” (Real Academia Española, 2020)

Así mismo, la Real Academia Española define el veganismo como “Actitud consistente en rechazar alimentos o artículos de consumo de origen animal”. (Real Academia Española, 2020)

El vegano se define como un individuo que “Destierra de su dieta cualquier alimento de origen animal. Además, de excluir siempre que sea posible, todas las formas de explotación y de crueldad hacia los animales” (Eroski Consumer, 2019).

4.2. MARCO LEGAL

Según la página web de la alcaldía de Bogotá, los restaurantes son regulados por la Ley 09 de 1979 (código sanitario nacional), la Resolución 5109 de 2005 y por la Resolución 2674 de 2013, además de esto, los dueños de los restaurantes deben cumplir con ciertos criterios tanto en la infraestructura, documentación, personal y productos los cuales son:

- **Documentación:** el restaurante siempre deberá de tener disponible los siguientes documentos tales como el plan de saneamiento el cual debe incluir programas de limpieza y desinfección, el manejo de desechos sólidos y control de plagas. Plan de capacitación que debe contener metodología, duración, docentes, cronograma y temas. Además de la certificación médica del personal que trabaja en el establecimiento el cual debe constar su aptitud o no para manipular alimentos.
- **Infraestructura:** el establecimiento debe contar con las siguientes condiciones tales como pisos construidos en material sanitario no poroso ni absorbente, de fácil lavado y desinfección. Paredes continuas y de tonos claros, con materiales resistentes, impermeables y no porosos. Techos diseñados de manera que eviten la acumulación de suciedad, la condensación y la formación de hongos. Recipientes con tapa para almacenamiento de residuos en suficiente cantidad. Suministro permanente de agua potable y conexión a alcantarillado.
- **Equipo de utensilios:** Los restaurantes deben disponer de suficiente cantidad de equipos y utensilios, en buenas condiciones de mantenimiento, fabricados con materiales sanitarios que no contaminen los alimentos, que no sean porosos ni absorbentes; con acabado liso y sin grietas, sin defectos ni otras irregularidades.
- **Personal manipulador:** Debe contar con certificación médica, en la cual conste su aptitud o no para manipular alimentos. Debe seguir el procedimiento de higiene de manos conforme con la norma. Debe ejecutar procedimientos de

limpieza y desinfección según el plan de saneamiento (áreas, superficies, herramientas y equipos de trabajo). Debe utilizar uniforme completo de color claro. Debe tomar las medidas necesarias para que los alimentos no se contaminen. Ejemplos: no manipular dinero, ni alimentos sin uso de guantes, usar tapabocas de forma apropiada, y aplicar permanentemente las buenas prácticas de manufactura (BPM).

- **Materia prima e insumos:** Se deberá verificar el estado de todos los productos que ingresan al establecimiento, luego deben ser sometidos a lavado con agua potable antes de su preparación. El almacenamiento de los productos debe realizarse según las condiciones de temperatura requeridas para su conservación (ambiente, refrigeración, congelación). Así mismo, se debe garantizar la rotación de los productos. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2019)

4.3. MARCO HISTÓRICO

El vegetarianismo en sus inicios nació con una motivación moral, sobre la cual se modificaba la dieta para no tener que sacrificar animales, como lo hacían desde la antigüedad los hinduistas en la india (500 a.C.), lo que los llevo a crear una de las comidas vegetarianas más deliciosas de todas y arraigarla de manera completa a su cultura, ya que más del 30% de la población de la india se compone de vegetarianos. (SpencerColin, 1993)

El imperativo moral "no matarás por comida" impacto de manera paralela en la historia de la India y Grecia en el 500 A.C.

El primer vegetariano moderno fue el filósofo griego Pitágoras quien vivió a finales del siglo VI a.C. La dieta pitagórica vino a significar el evitar la carne de animales masacrados. La ética pitagórica se convirtió primero en una moral filosófica entre 490-430 a.C. con el deseo de crear una ley universal y absoluta incluyendo la orden de no matar criaturas vivas, abstenerse de sacrificar animales, y nunca comer carne. Pitágoras, fue también el padre del vegetarianismo en Occidente. De hecho, Berry explica que hasta antes del siglo XIX la gente que comía dietas sin carne fue llamados Pitagóricos(Roman, 2015)

Según los registros contemporáneos la primera organización vegetariana en formarse fue la *International Vegetarian Unión* (International Vegetarian Union (IVU), 2015) fundada el 18 de agosto de 1908 en Alemania por la asociación vegetariana alemana. Sin embargo, el primer país en tener una sociedad de vegetarianos fue Inglaterra en 1843, seguida por asociaciones en diferentes partes de Europa.

Los primeros registros de vegetarianismo en América Latina datan de 1891 en Valparaíso, Chile donde parece haber existido una sociedad vegetariana. En Colombia el primer registro que se tiene es el 2do congreso regional vegetariano, el cual fue celebrado en Colombia. Un año más tarde la IVU realizo el primer congreso vegetariano mundial en EE. UU., en el cual el profesor colombiano MJ Londoño fue elegido miembro del consejo internacional. Luego en el 2004 se creó la Sociedad vegana vegetariana colombiana en 2004. (Unión Vegetariana Internacional (IVU), 2015)

Desde principios del 2000 surgieron más restaurantes con un enfoque vegetariano en la capital y los que ya existían crearon alternativas para sus clientes. Gracias a esto en

marzo de 2016 se llevó a cabo una encuesta que determinó que el 8% de la población colombiana es flexitariana, mientras que el 4% es vegetariana y el 2% es vegana.

Según (Cora, s.f.) El veganismo por su parte nace en 1944 por Donald Watson, gracias a que organizó una reunión junto con su esposa y amigos, en la cual querían ser diferenciados de los demás tipos de vegetarianos ya que ellos realizaban una dieta más estricta. La palabra *vegan* deriva de la abreviación del vocablo inglés *vegetarian* (vegetariano/a) y era la forma de reflejar, según el propio Watson, “el principio y el final del vegetarianismo”.

Así, en noviembre de 1944, se publicó el primer número de "The Vegan News" y Donald Watson y Elsie Shrigley establecieron The Vegan Society con sus colegas, con solo unos pocos miembros entre el grupo. El veganismo se convierte entonces en un movimiento ético, político y social por los derechos de los animales que rechaza la explotación de estos, en cualquiera de sus formas, por parte del ser humano. Años más tarde, en agosto de 1964, The Vegan Society se convertiría en una organización benéfica registrada y en diciembre de 1979 también se incorporó como sociedad limitada. Finalmente, en 1986 se incluye en el Oxford Dictionary la definición de la palabra vegano como “aquella persona que se abstiene de consumir cualquier producto de origen animal; vegetariano estricto ”.

4.4. MARCO NUTRICIONAL

Los seres humanos tendemos a tener una dieta omnívora por comportamiento normativo, ya que hemos desarrollado la capacidad de consumir diferentes alimentos que

encontramos en la naturaleza, sin embargo, algunos individuos cambian o tienen un concepto diferente de dieta, tal como los veganos y vegetarianos. Los cuales basan su dieta en plantas, absteniéndose de consumir animales junto con otras reglas estrictas de comportamientos más allá de la alimentación.

Si bien el mayor obstáculo que transitan las personas que desean convertirse en veganos o vegetarianos; o que ya lo son, en la mayoría de los casos tiende a ser la desinformación o los “mitos” que circulan sobre esas dietas. En Chile, se indica que la principal fuente de información en nutrición vegetariana o vegana es internet y solo un 10% consulta a profesionales de la salud, lo que puede llevar a errores importantes al intentar seguir este tipo de dietas. (Rojas Allende, Figueras Díaz, & Durán Agüero, 2017)

De acuerdo con investigaciones previas, existen una gran deficiencia en vitaminas como la D y el complejo B12, en adición en proteína y ácidos grasos y omega y micronutrientes cinc y yodo, dificultades a las que se enfrentan las personas que basan su dieta en plantas (Rojas Allende, Daniela, Figueras Díaz, Francisca, Durán Agüero, Samuel, 2017). Ejemplo de parafraseo: De acuerdo con investigaciones previas, existen una gran deficiencia en vitaminas como la D y el complejo B12, en adición en proteína y ácidos grasos y omega y micronutrientes cinc y yodo, dificultades a las que se enfrentan las personas que basan su dieta en plantas (Rojas Allende, Figueras Díaz, & Durán Agüero, 2017)

Si bien muchos alimentos que consumen pueden inhibir la absorción de estos nutrientes, otros pueden potenciar su absorción, tal como la vitamina C que es un buen incrementador de absorción para las personas que sufren de la deficiencia de hierro, aunque

para esta deficiencia en particular, se propensa más a tomar suplementos. Para la deficiencia de zinc, lo ideal es suministrar derivados de la soja, legumbres, cereales, semillas y nueces. Sin embargo, el mayor problema que tienen los individuos que realizan este tipo de dietas, es la deficiencia de la vitamina B12 ya que al ser un micronutriente que se encuentra disponible en proteínas de origen animal, es difícil lograr la recomendación diaria de 2.4 µg/día sin la administración de suplementos. “En veganos con deficiencia de vitamina B12, a los que se les suministró 9 g de Chlorella pyrenoidosa por 2 meses mostraron un incremento en los niveles séricos de esta vitamina ” (Rojas Allende Daniela, Figueras Diaz Francisca , Durán Agüero Samuel , 2017) Además de estas, otras fuentes que determinaron ser buena fuente de vitamina B12, son los hongos shiitake, algas nori y algas secas de color púrpura, esta última suministraba con cierta cantidad la dosis diaria recomendada.

En general, estas dietas son ricas en fibra dietética, magnesio, fitoquímicos, antioxidantes, vitaminas C y E, Fe⁺³, el ácido fólico y ácidos grasos poliinsaturados n-6 (PUFA), pero baja en colesterol, grasa total y grasa saturada, sodio, Fe⁺² +, zinc, vitamina A, B12 y D, y en especial ácidos grasos omega 3 (EPA y DHA).

Los profesionales nutricionistas, deben educar a los individuos que toman la opción de iniciar cualquier tipo de alimentación vegana/ vegetariana y ayudar a implementarla adecuadamente, para cubrir todos los macronutrientes. Micronutrientes, vitaminas y minerales requeridos acorde a su edad y estado metabólico, para favorecer un crecimiento y desarrollo un normal.

5. HIPÓTESIS

De acuerdo con lo revisado teóricamente es viable la apertura de un restaurante vegano en Bogotá, debido al creciente número de personas que están incursionando en el emprendimiento de comida vegana, vegetariana y en la tendencia de productos para una alimentación saludable, sustentándose en la opinión y estadísticas de expertos en el mercado junto con los dueños de emprendimientos.

6. METODOLOGÍA

Este trabajo tendrá una tendencia hacia la metodología exploratoria debido a que pretende acercarse a un reconocimiento de este sector. Apoyando la sustentación de este en datos de fuentes terciarias, estadísticas, entrevistas a personas del sector gastronómico vegano y vegetariano, la realización de una encuesta y un análisis DOFA presentadas en el documento.

6.1. APOYO EN FUENTES TERCIARIAS

En los siguientes párrafos se recopilan entrevistas, datos, opiniones y análisis de compañías, expertos y emprendedores en el sector gastronómico vegano y vegetariano, que nos ayudan a respaldar e identificar comportamientos y estrategias en la industria de la comida vegetariana en Colombia y en la capital.

➤ **AGRONEGOCIOS**

En julio del 2020, este sitio web redactó un artículo sobre el crecimiento de la tendencia del consumo de alimentos vegetarianos y veganos en Colombia, en el cual se expone como diferentes compañías y expertos comparten información y datos respecto a sus emprendimientos, marcas, productos.

Tal como Sebastián Hernández, el CEO de SuperFüds, la plataforma que distribuye productos saludables y orgánicos. Según él, en Colombia los consumidores han estado más abiertos y educados, respecto a lo que buscan en los productos que incluyen en su alimentación, haciendo cada vez más atractivas las alternativas saludables, respaldándolo en el crecimiento de su compañía logrando en el 2016 un incremento mensual del 55%, gracias al comercio en línea, facturando más de 10 millones de dólares en cuatro años, en la sección de alimentos y bebidas.

De la misma manera Zenú ha buscado consolidarse en el mercado al lanzar dos productos vegetarianos a través de Pietrán, explorando sustitutos de proteína animal como lo son veggie burger y veggie bites, lanzados al mercado en el 2018 y con una excelente aceptación por parte del público, además de eso, la marca explicó que en sus planes se encuentra ampliar la línea veggie.

Sin embargo, el presidente de la asociación colombiana de la industria gastronómica (Acodres). Expone que el mercado no solo ha crecido en productos y marcas, sino también en el sector de restaurantes. Por lo cual explica que hace un año hicieron un estudio sobre los restaurantes vegetarianos y veganos, y aunque muchos no lo veían tan importante notaron una creciente inquietud sobre el tema, por lo que concluyeron, que la oferta ha

crecido de manera notable como respuesta a las nuevas dinámicas de consumo junto con la demanda, mostrando que en el país hay 528 restaurantes con oferta parcial o totalmente vegana vegetariana, y su crecimiento en diferentes municipios y ciudades del país, además de la capital. Por lo que explican que una de las principales causas del crecimiento, es la demanda por parte de los turistas extranjeros y eso llevo a que los principales destinos incursionaran en este tipo de productos en sus menús, logrando al mismo tiempo que muchos negocios nacieran o se especializaran en esta dieta exclusivamente.

Como es el caso de Sebastián Cotes, el CEO de Sannus Foods, una compañía que desde el 2019 comenzó a importar productos de origen vegetal a Colombia, los cuales cuentan con reconocimiento mundial tal y como la hamburguesa de beyond meat. Cotes habla de cómo su empresa logro un crecimiento del 800% desde mayo del año pasado hasta ahora, explicando que además de tener una amplia línea de productos, cuenta con alianzas favorables como presto y sierra nevada, lo cual genera un volumen de 13700 hamburguesas vendidas. (Vita, 2020)

➤ **LA REPÚBLICA.**

Desde el 2019, el sitio web de la republica hablaba de como el vegetarianismo comenzaba a ser tendencia tal y como lo evidencia Edna rico, la directora de la Feria Carulla es Saludable, dando algunas cifras sobre el incremento del consumo sano en el país. “Según Nielsen, en 2016 la canasta regular venía creciendo a 2,9%, y la canasta saludable creció el doble a 4,12%. Además, solo en 2018, la canasta regular creció 2,8 y la saludable en 6,8%”. (Vargas, 2019)

Los datos de la empresa que se especializa en estudios de mercado también muestran que los colombianos que quieren una mejor calidad de vida están aumentando cada año.

Esta tendencia está creciendo tan rápido que Uber Eats, una plataforma de uso doméstico declaró 2019 como el año de la comida vegetariana. Esto se debe a que cada vez más restaurantes agregan opciones vegetarianas y veganas a sus menús, así como a los usuarios que buscan estas alternativas. Cada día aumenta el número de personas que hacen a un lado la carne en el plato, una oportunidad de mercado que ha visto la industria de la alimentación y el catering. La plataforma Rappi cuenta con alrededor de 480 restaurantes en la categoría de comida saludable en Bogotá, ofreciendo opciones completa o parcialmente veganas o vegetarianas. (Vargas, 2019)

“Ir a un restaurante de comida vegetariana es la oportunidad para probar alimentos de los que tal vez nunca ha escuchado y tener la experiencia de una cocina saludable y única” (Vargas, 2019)

➤ **PORTAFOLIO.**

“La tendencia vegetariana ha motivado dos cosas en el país: el desarrollo de productos al interior de restaurantes que nunca habían manejado esta cocina y la aparición de puntos especializados en algún tipo de comida vegana” (PORTAFOLIO, 2018)

Un ejemplo de lo que está haciendo la tendencia vegetariana en Colombia es el de vegetarian resto, un restaurante ubicado en Medellín, en el cual sus dueños Bela López y Jorge Ospina, crearon un espacio para atender a los ciudadanos vegetarianos o los que se

encuentren interesados en alternativas saludables y deliciosas. “Vegetarian Resto inició siendo un pequeño restaurante de cuatro mesas, ahora contamos con más de 74 y en las dos horas que atendemos podemos llegar a tener entre 100 y 120 personas, señaló López” (PORTAFOLIO, 2018)

De acuerdo con la experiencia de estos dos empresarios, a pesar de ser un restaurante especializado en comida vegana y vegetariana, casi el 90% de sus clientes asegura no pertenecer a esta tendencia. “Es muy curioso, porque muchas personas están buscando una alternativa saludable, que les ayude a mantener su figura, o que incluso, los lleve a probar cosas nuevas”, aseguró López. En la actualidad, gracias a la demanda que está generando este mercado, Vegetarian Resto no sólo cuenta con el servicio de restaurante, sino que también tiene tres líneas de negocio más: una línea frost vegetarian, servicios de eventos para empresas y una educativa. “Algunas empresas aquí en Medellín nos han contratado con el objetivo de brindar menús saludables en sus eventos”, dijo López. (PORTAFOLIO, 2018)

6.1.1 CONCLUSIÓN DE LA HERRAMIENTA.

Después de analizar los párrafos mostrados anteriormente, se demuestra que la comida vegana/vegetariana y sus productos han tenido una gran acogida en el público colombiano en general y un crecimiento apoyado en la estrategia del cambio de hábitos y la tendencia de consumo de comida saludable.

6.2. FODA

Ayuda a identificar las características o factores del veganismo a nivel mundial y nacional en los restaurantes de este tipo permitiendo así el análisis de la situación para poder potenciar las fortalezas y oportunidades además de reducir o anular las amenazas y debilidades que están presentes en el mismo.

DEBILIDADES

- Desconocimiento por parte de los consumidores sobre el veganismo.
- Dieta baja o nula en colesterol, grasa total y grasa saturada, sodio, Fe+2 +, zinc, vitamina A, B12 y D, y en especial ácidos grasos omega

OPORTUNIDADES

- Dentro de los últimos años han incrementado la conciencia con respecto a la comida sana.

FORTALEZAS

- Innovación de platos y variación constante del menú.
- Concepto de alimentación saludable.
- Dieta rica en fibra dietética, magnesio, fitoquímicos, antioxidantes, vitaminas C y E, Fe+3, el ácido fólico y ácidos grasos poliinsaturados n-6.

AMENAZAS

- La creciente alza de restaurantes vegetarianos y diversos restaurantes que hoy en día ofrecen el concepto de alimentación saludable.
- Aumento de restaurantes de precios bajos.
- Mucha competencia de comida sustituta y rápida.
- Carencia de interés por parte de los consumidores potenciales debido a las costumbres de consumir carnes.

DEBILIDADES

➤ **Desconocimiento por parte de los consumidores sobre el veganismo.**

En la actualidad aún hay confusión sobre lo que es el vegetarianismo y el veganismo por ello aún existen contradicciones, además por la falta de conocimiento pueden que no le den la oportunidad a este tipo de alimentos o estilo de vida.

La gente puede confundir el término Vegano y pensar que los productos no tienen un buen sabor.

➤ **Dieta baja o nula en colesterol, grasa total y grasa saturada, sodio, Fe+2 +, zinc, vitamina A, B12 y D, y en especial ácidos grasos omega (Roja Allende, Figueras Diaz, & Durán Agüero, 2017).**

OPORTUNIDADES

➤ **Dentro de los últimos años han incrementado la conciencia con respecto a la comida sana.**

La gente busca actualmente productos más sanos y este tipo de gente lo podemos atraer a este mercado. Por ello los verdaderos clientes son; los Amantes de probar productos nuevos, veganos y vegetarianos.

FORTALEZAS

➤ **Innovación de platos y variación constante del menú.**

➤ **Concepto de alimentación saludable.**

La tendencia es buscar productos frescos y recién hechos, además los clientes buscan alimentos saludables y orgánicos.

- **Dieta rica en fibra dietética, magnesio, fitoquímicos, antioxidantes, vitaminas C y E, Fe+3, el ácido fólico y ácidos grasos poliinsaturados n-6.** (Roja Allende, Figueras Diaz, & Durán Agüero, 2017).

AMENAZAS

- **La creciente alza de restaurantes vegetarianos y diversos restaurantes que hoy en día ofrecen el concepto de alimentación saludable.**
- **Aumento de restaurantes y productos de precios bajos.**

En la ciudad es mucho más fácil y económico adquirir alimentos procesados, de alto valor calórico y perjudicial para el organismo, que alimentos sanos y naturales.

- **Mucha competencia de comida sustituta y rápida.**

Existe un número elevado de empresas que son fuerte competencia.

El poder de los clientes es bajo y además los clientes son fieles a ciertas marcas al punto que no se fijan en el precio si no a tener cierto estatus por obtener el producto.

- **Carencia de interés por parte de los consumidores potenciales debido a las costumbres de consumir carnes.**

Por ello para las personas que llevan una vida activa deportivamente se le es recomendable que lleven este tipo de alimentación con seguimiento médico y de acuerdo con sus necesidades.

Según dijo Jesús Román, presidente de la Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación, la vegana "es una dieta complicada que si se decide adoptar hay que hacerlo con los suficientes conocimientos. Cuando se elimina un grupo de alimentos, en este caso muy amplio ya que incluye todos los de origen animal, hay una serie de nutrientes que son muy difíciles de alcanzar sólo con vegetales" (Mundo, 2016).

6.2.1 ESTRATEGIA

Para la línea de éxito, hemos definido:

- Vender productos de comida rápida vegana y vegetariana a precios cómodos y accesibles.
- Ofrecer nuestros productos en los portales de rappi y uber eats en la sección de comida saludable de estas aplicaciones de delivery.

En la línea de reacción, hemos determinado:

- Darnos a conocer por medio del marketing digital y las redes sociales para mostrar la autenticidad del proyecto y atraer nuevos clientes
- Aprovechar la tendencia de comida saludable para crear alianzas con productos aceptados y conocidos en el mercado, como por ejemplo veggies bites (pietran)

6.2.2 CONCLUSIÓN DE LA HERRAMIENTA.

Después del análisis realizado y las acciones planteadas, se concluye que una de las mejores estrategias para ingresar al mercado gastronómico en Bogotá, es utilizar la

tendencia de comida saludable mediante alianzas estratégicas y buscar patrones en el cambio de comportamiento del consumidor, que sean favorables según los últimos años, además de ofrecer productos conocidos y auténticos.

6.3. ENCUESTA

6.3.1 FICHA TÉCNICA

Ámbito del estudio: Habitantes de Bogotá

Tamaño maestra: 96 cuestionarios.

Fecha de realización: Mes de octubre del año 2020.

Objetivo: Analizar los cambios en el comportamiento y el reconocimiento dado por los consumidores en la industria a la comida vegana/vegetariana en Bogotá.

A continuación, se muestra el contenido del cuestionario en descripción de las 18 preguntas.

CUESTIONARIO

- **Sexo**
 - Mujer
 - Hombre
 - Otro
- **Rango de edad**
 - Menor de 18
 - 18-25
 - 26-30
 - 31-40
 - 41-60
 - Mayor a 60
- **Ocupación**
 - Estudiante escolar
 - Estudiante Universitario
 - Independiente
 - Trabajador

- Ama(o) de casa
 - Jubilado o Pensionado
- **Según usted ¿su dieta es equilibrada y saludable?**
 - Si, totalmente
 - No, para nada
 - Podría mejorar
- **¿Cuántas veces a la semana hace ejercicio o algún deporte?**
 - Todos los días
 - 1 a 2 veces por semana
 - 3 a 5 veces por semana
 - No realiza
- **¿Conoce la diferencia entre los términos vegetariano y vegano?**
 - Si
 - No
 - No sabe, no conoce
- **¿Alguna vez consumió productos o comida vegana/vegetariana?**
 - Si, ambas
 - Si, vegana
 - Si, vegetariana
 - No
 - No sabe, no conoce
- **¿Cuántas veces al día o a la semana consume legumbres?**
 - 2 a 3 porciones al día
 - 1 a 2 porciones al día
 - 4ª 6 veces a la semana
 - Menos de 4 veces a la semana
 - No consumo
- **¿Cuántos días a la semana consume cereales integrales, (maíz (choclo), arroz integral, pan integral, quínoa, amaranto, pastas integrales)?**
 - 1 a 2 porciones al día
 - 3 a 5 veces a la semana
 - Menos de 4 veces a la semana
 - No consumo
- **¿Cuántas veces a la semana consume tubérculos almidonados? – (papas, camote, yuca, etc.)**
 - 1 a 2 porciones al día
 - 3 a 5 veces a la semana
 - Menos de 4 veces a la semana
 - Todos los días
 - No consumo
- **¿Cuántas veces a la semana consume frutos secos o semillas? – almendras, nueces, maní, semillas de girasol, semillas de chía, etc.**
 - 1 a 2 porciones al día
 - 3 a 5 veces a la semana

- Menos de 4 veces a la semana
 - Todos los días
 - No consumo
- **¿Consumes alimentos procesados azucarados diariamente? – galletas, cereales azucarados, pasteles, bebidas azucaradas, jugos azucarados, etc.)**
 - Todos los días
 - Regularmente
 - Trato de no consumirlos
 - No los consumo
- **¿Te has atendido con algún profesional de la salud para saber más detalles de cómo te alimentas? – nutrición o médico**
 - Si
 - No
 - Me informo por internet solamente
- **¿Con qué idea asocia la comida vegana?**
 - Moda
 - Nutrición
 - Estilo de vida
 - No te gusta
 - Dieta
- **¿Cree que la dieta vegana es costosa?**
 - Si
 - No
- **¿Asistirá usted a un restaurante de comida vegetariana/vegana?**
 - Si, vegetariano
 - Si, vegano
 - Si ambos
 - No
- **¿Dónde consumiría usted este tipo de comida?**
 - Restaurante
 - Pediría a domicilio
 - La cocinarías en tu casa
 - No te gusta
 - Para llevar
- **¿Cuáles considera usted que son los principales problemas que puede aparecer al llevar este tipo de dietas?**
 - Me demoro más en cocinar
 - Problemas familiares (no te ayudan o aceptan tu estilo de vida)
 - Me cuesta encontrar productos veganos en los mercados
 - Salir a comer a restaurantes
 - Salir a eventos sociales

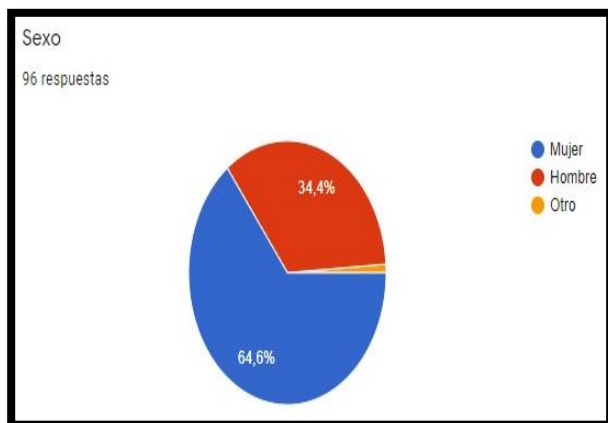
6.3.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

6.3.2.1. CONTEXTUALIZACIÓN GENERAL DE LA ENCUESTA.

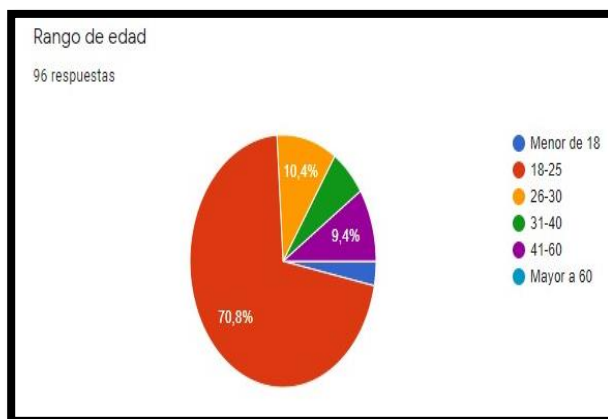
La encuesta fue enviada y compartida por correo a personas pertenecientes a la ciudad de Bogotá, para su elaboración se hizo uso de una herramienta online de elaboración de encuestas, siempre dando garantía de confidencialidad.

Se estimó que la encuesta se realizaría a 100 personas, pero se obtuvieron 96 cuestionarios válidos.

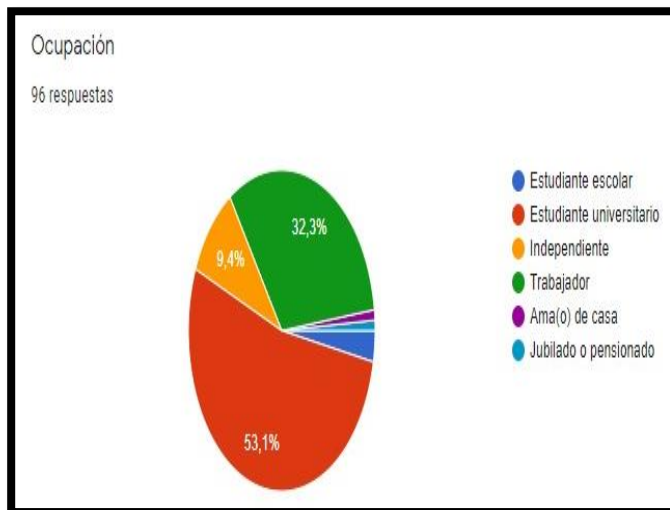
6.3.3. EVALUACIÓN DE LA ENCUESTA.



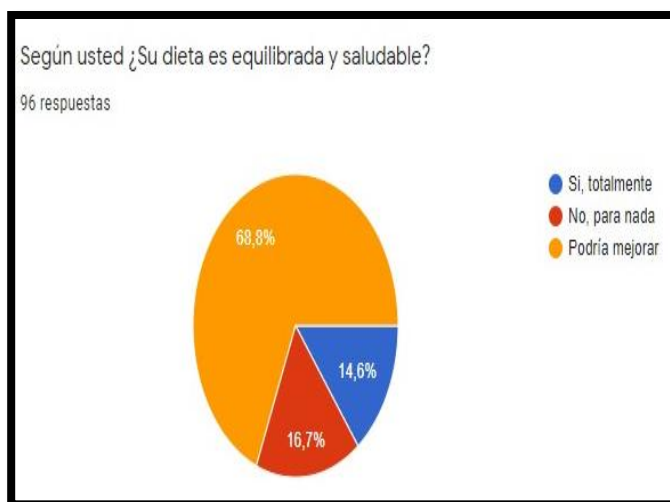
➤ Los resultados concuerdan con que el sexo femenino está más interesado en temas de la dieta y comidas alternativas, debido a que la población voluntaria más dispuesta en este caso fueron mujeres.



➤ Se muestra que en temas de comidas alternativas la mayoría de la población interesada a resolver la encuesta fue población joven – adulta **(18-25 años)**



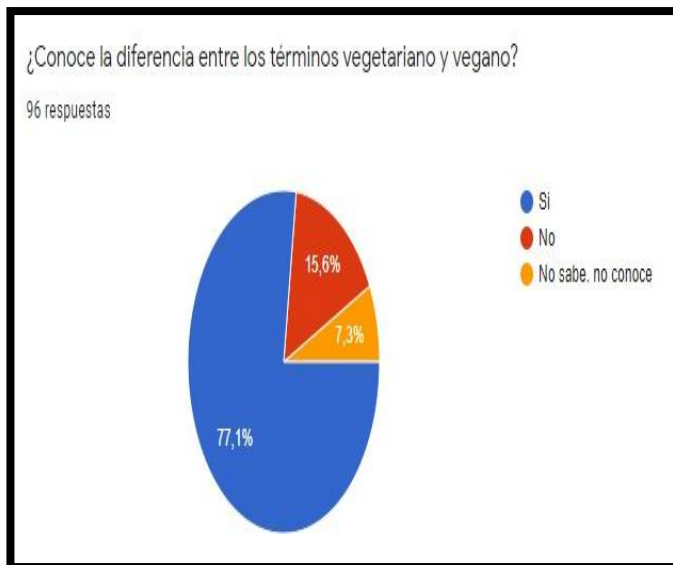
➤ Se evidencia que el según el rango de edad de entre 18 a 25 años es el más interesado sobre el tema vemos que su ocupación más frecuente suele ser de estudiante universitario.



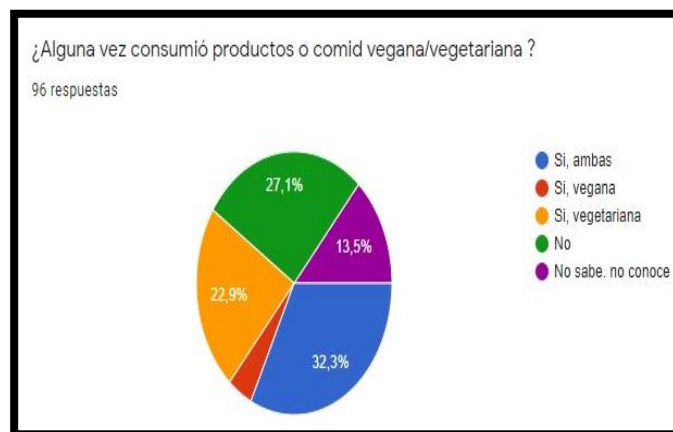
➤ Se concluye que la mayoría de los participantes de la encuesta tienen dificultades al momento de poner una debida atención a su dieta y creen que esta podría mejorar o directamente es mala.



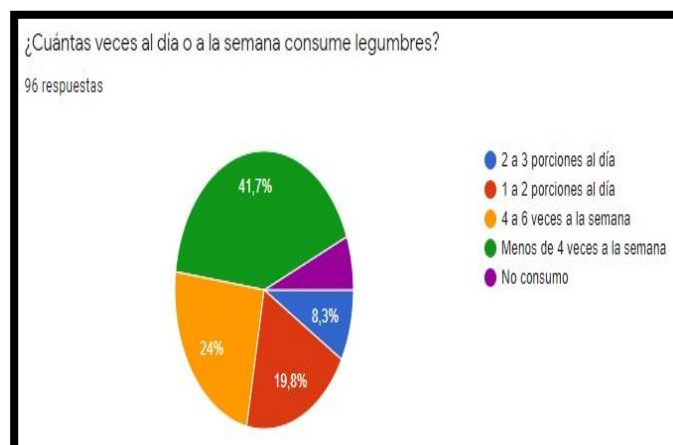
➤ Se evidencia que el 58.3% de los encuestados no realiza los ejercicios necesarios en su rutina para llevar a cabo una vida saludable.



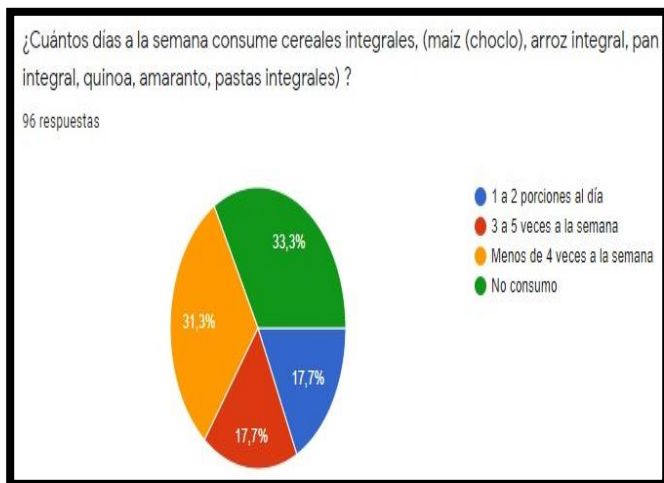
➤ Se muestra que los voluntarios en su mayoría conocen los conceptos básicos de las palabras “Vegetariano” y “Vegano”, de igual manera conocen sus diferencias de definición.



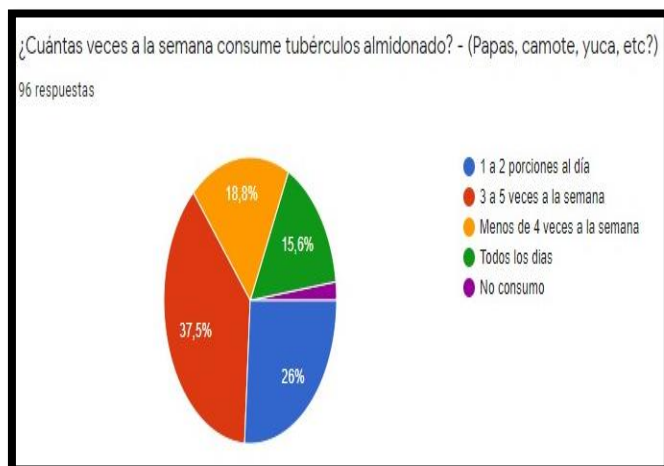
➤ Se deduce que los encuestados en su mayoría reconocen que han consumido comida vegetariana y/o vegana en algún momento de su vida.



➤ Se evidencia que la gran mayoría de participantes consume legumbres y estas hacen parte de su dieta, aunque no de manera concurrencia.



➤ Se muestra que la mayoría de los participantes consume cereales integrales como parte de su dieta, aunque no concurridamente.



➤ Se evidencia que los encuestados en su mayoría consume tubérculos frecuentemente.



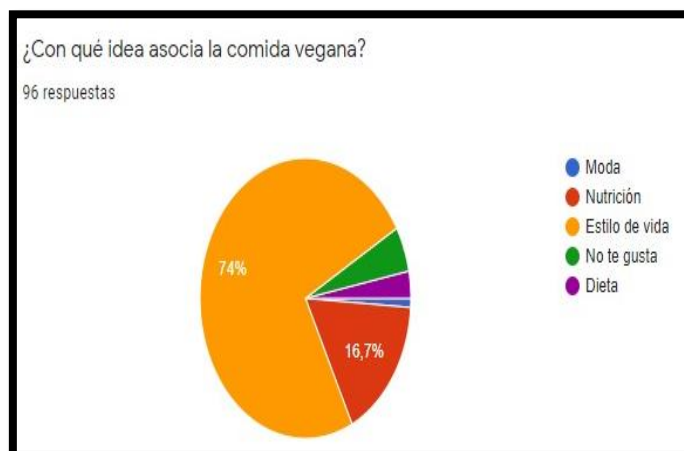
➤ Según los datos los voluntarios frecuentan en su dieta el consumo de frutos secos o semillas.



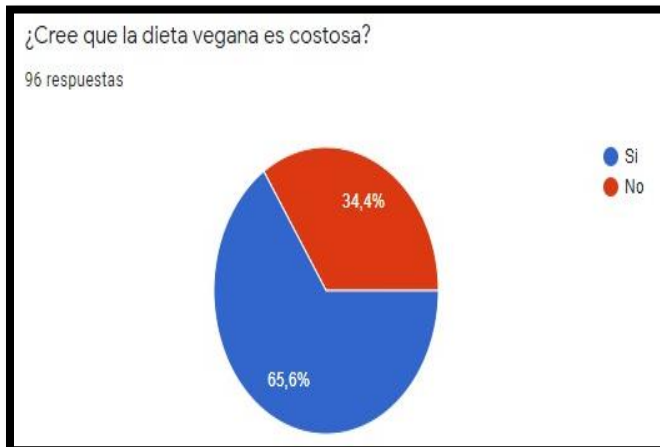
➤ Se deduce que los participantes consumen alimentos azucarados procesados frecuentemente en su dieta regular.



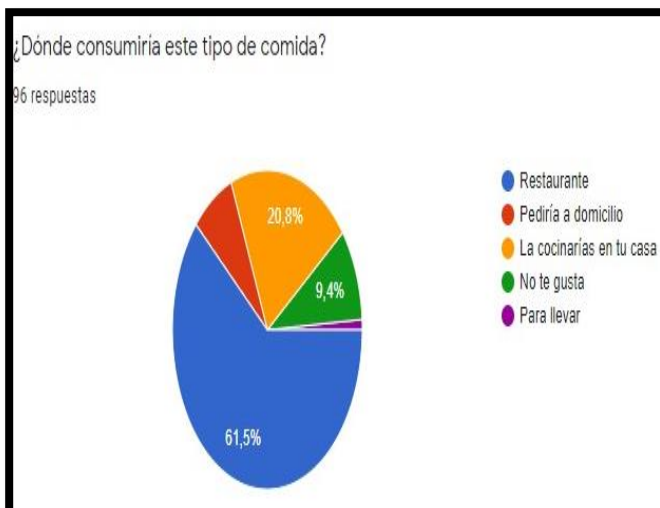
➤ Se concluye que los voluntarios en su mayoría no conocen su condición alimenticia atendida y revisada por un profesional de la salud.



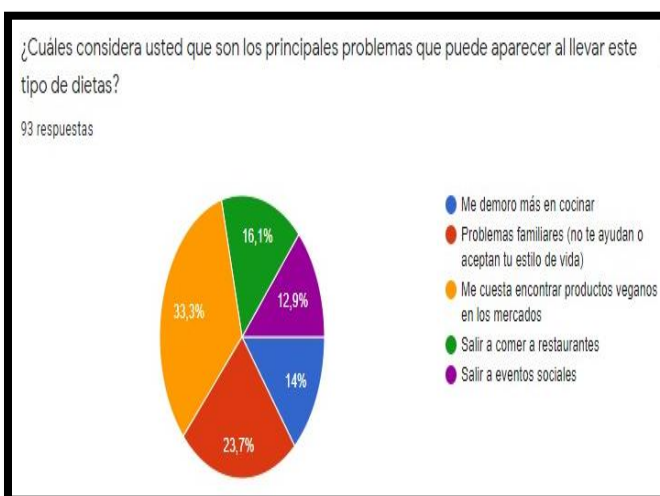
➤ Se muestra que los voluntarios en su mayoría asocian a la comida vegana con el concepto “estilo de vida”



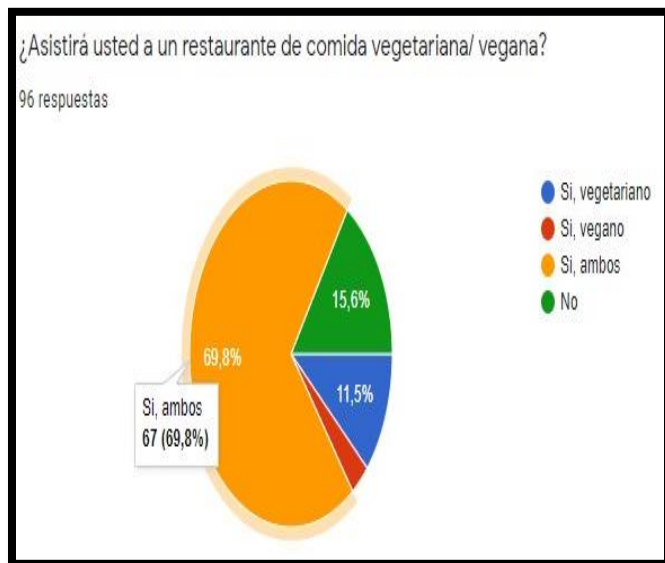
➤ En conclusión, los encuestados afirman que la dieta vegana tiene costos altos comparados con la comida de una dieta regular o común.



➤ Concluyendo las respuestas de los encuestados el 96.9% de los encuestados estarían dispuestos a consumir alimentos en un restaurante de comida vegetariana y/o vegana.



➤ Se muestra que en su mayoría los encuestados prefieren consumir alimentos veganos/vegetarianos realizados por algún restaurante o empresa que tenga en venta este tipo de alimentos.



➤ Se evidencia que en opinión de los encuestados puede tener como inconveniente el diferente tipo de dietas al momento de compartir eventos y situaciones relacionadas al consumo de alimentos con amigos, conocidos o familiares.

6.3.4. CONCLUSIÓN DE LA HERRAMIENTA.

Los resultados demuestran que la mayoría de los encuestados se encuentran en la edad de joven-adultos, sus ocupaciones son trabajar o estudiar. Además, están más abiertos a probar nuevos productos y tendencias en la comida, ya que buscan un estilo de vida más saludable, por lo cual se determina que la posición es positiva respecto al experimentar y conocer otras ofertas gastronómicas, siempre y cuando sea fáciles y asequibles de adquirir.

7. ESTUDIO DE MERCADO

7.1. ANALISIS DEL SECTOR

7.1.1. A NIVEL MUNDIAL

➤ **ARAYA`S PLACE (Los Ángeles, Estados Unidos)**

Araya's es un restaurante vegano-tailandés. Ha estado abierto desde 1987.

En nuestra familia, comer es una de las actividades más importantes de la vida. En este mundo vertiginoso, la mesa de la cena es el único momento que podemos pasar juntos. Durante nuestras comidas, compartimos las experiencias cotidianas que sazonan nuestra vida. Comemos, reímos, compartimos. Ven y disfruta de la vida como lo hace nuestra familia, un momento y una comida a la vez. (ARAYA'S PLACE, s.f.)

➤ **Teva Vegetal (Río de Janeiro, Brasil)**

Este bar y restaurante tiene una oferta totalmente vegetal, en los postres, los huevos y la mantequilla les ceden el lugar a los aceites vegetales y a las frutas de la estación. (Teva, s.f.) “Somos un restaurante a base de verduras. Nuestro menú es 100% vegetal, de temporada, elaborado con ingredientes frescos, cultivados localmente y orgánicos”.

➤ **Gaa (Bangkok-Tailandia)**

Gaa "Un spin-off de Gaggan que va más allá"

En el Restaurante se enfocan en crear una experiencia gastronómica completamente única que muestre la versatilidad y la relevancia moderna de la cocina india.

Quizás acorde con el enfoque modestamente hábil de una mujer, y su formación previa en el famoso y ultra natural Noma de Copenhague, los menús de degustación de Arora, con una selección de 10 a 15 creaciones en miniatura, pero llenas de complejidad, parecen una cabalgata de tailandeses dispuestos a servir a las formas más elevadas de delicadeza. En lugar de vistosos tubos de ensayo o simulacros de carbón, prefiere jugar con sutiles ironías. (Gaa, s.f.)

Sin embargo, desafortunadamente, su restaurante Gaa, galardonado con una estrella Michelin, se ha despedido el 25 y 26 de septiembre del año 2020 con El menú de despedida “So Long Langsuan” que mostro la belleza de su cocina india moderna, con 12 de sus platos más famosos, todos los cuales combinan técnicas de cocina india tradicionales y olvidadas con ingredientes locales tailandeses (Gaa, s.f.).

➤ **Flower Burger (Roma, Italia)**

La primera vegan burgeria nacida en 2015 en el corazón de Milán, Con 10 tiendas en Italia y 1 en los Países Bajos, Flower Burger pronto ampliará su gama abriendo en nuevas ciudades italianas y aterrizando en varios países europeos.

La flor como expresión de positividad, alegría y amor. Un vínculo con la naturaleza que se expresa en tonalidades del arcoíris con una propuesta culinaria 100% vegana: la hamburguesa cuya característica fundamental es el color. Un concepto que nace de la idea de Matteo Toto, un joven emprendedor, que se ha embarcado en un viaje para descubrir gustos y sabores y en busca del punto de encuentro perfecto entre hamburguesas y cocina vegana. (Flower Burger, s.f.)

➤ **Veggie Garden-vegan restaurants (Barcelona-España)**

Su apertura fue en el año 2011 se definen como un restaurante 100% vegano (libre de cualquier producto de origen animal) con sustancia, colores y sabores.

¡Mucho más que solo hojas verdes!: Hacemos comida vegana con sustancia, colores y sabores... Nuestra inspiración proviene de la mezcla de culturas, sobre todo del Nepal, de los países de alrededor y de la cocina mediterránea europea. Por lo que

disfrutarás de sensaciones y texturas muy distintas a las que podrías encontrar en un restaurante vegano tradicional. (veggie garden, s.f.)

➤ **Red Sparrow (Melbourne, Australia)**

Red Sparrow Pizza es una pizzería vegana independiente de propiedad y gestión local con sede en Melbourne. Inaugurado en febrero de 2017 por Michael Craig y Shelley Scott, ambos amantes de la pizza vegana.

Pizza vegana: Nuestra pizza premiada es 100% vegetal. Nuestra masa está elaborada mediante técnicas de pizza Napolitana. Fermentamos durante al menos 48 horas para mejorar el sabor y la digestibilidad y estirar la mano a pedido. Sin embargo, no estamos sujetos a la tradición y, a menudo, experimentamos con ingredientes inusuales en nuestros platos especiales del día. (Red Sparrow Pizza, s.f.)

➤ **The Cruelty Free Shop (Australia)**

Tuvo sus inicios en el año 2001 por Jessica Bailey y comenzó siendo una tienda en línea ya para el año 2012 se convirtió en todo un supermercado en el interior de Sídney (Glebe). En 2016, Cruelty Free Shop abrió dos nuevas tiendas, una en Brisbane y otra en Canberra, que operaron durante tres años hasta que, lamentablemente, cerraron a mediados de 2019 (Cruelty Free Shop, s.f.).

Jess (directora de la empresa) le propuso la idea de organizar un gran evento vegano anual a Animal Liberation NSW, quien abrazó con entusiasmo la idea, y The Cruelty Free Festival nació. El Festival Libre de Crueldad es ahora un evento anual de gran éxito en Sydney que atrae a más de 5000 personas. Un sello distintivo es el festival Vegan Day Out bianual que fomenta y estimula el crecimiento de la

comunidad vegana adema de que demuestra a los vendedores la enorme y creciente demanda de opciones de comida vegana y permite que los no veganos prueben muchos tipos de deliciosa comida vegana. Muchas de las ofertas especiales creadas para el evento se han convertido en elementos permanentes de los menús de Glebe y Fitzroy. (Cruelty Free Shop, s.f.)

7.1.2. A NIVEL NACIONAL (COLOMBIA)

ANTIOQUIA

➤ El Vegano Andante (Belén Medellín carrera 70#30ª-15)

Comida rápida vegana

“Deliciosa comida vegana hecha con el sabor de lo natural, en la ciudad de Medellín” (El Vegano Andante, s.f.).

Manejan horarios de martes a jueves de 12:00 hasta las 17:00 y de viernes a domingos de 12:00 a 18:00

Algunos de los productos que ofrecen son el estofado de garbanzos, mondongo vegetariano, arroz criollo, sancocho vegano, arroz a la jardinera, spaghetti en salsa napolitana y otros acompañamientos son el chori vegano, chicharrón de trigo, croquetas de lentejas o garbanzo, proteína de quinua, proteína de lenteja entre otros.

BOLÍVAR

➤ Samudra Vegan (San Diego Cartagena calle 38#9-82)

Comida casual vegana

Entre el tipo de comida que ofrecen se encuentra el helado vegano, brownies veganos, torta de banano, hamburguesas, perros calientes y sándwiches.

SANTANDER

➤ **La Madriguera Veg (La Ceiba Bucaramanga carrera 17e#63-29)**

Comida saludable y repostería vegana

Es un restaurante-Café que ofrece platos veganos, tiene productos variados desde comidas rápidas, helados, empanadas, almuerzos dominicales, hamburguesas, tortas y café.

VALLE DEL CAUCA

➤ **Veganos Fusión (La Hacienda Cali calle14#69-113)**

Comida casual vegana

Es un restaurante de comida fusión vegana donde se puede encontrar productos como tortas, postres veganos, ajiaco, arroz oriental, plato mexicano, cazuela de champiñones, arroz chino vegano, además de snacks saludables.

RISARALDA

➤ **Cherry's (Los Alpes Pereira calle2bis#12-25)**

Comida casual vegana

“Restaurante Cherry's. La nueva alternativa para quienes disfrutan de una alimentación deliciosa y nutritiva. Comida hecha con ingredientes frescos y saludables. No te quedes sin visitarnos.” (Cherry's, s.f.)

Ofrece desayunos, almuerzos, bebidas frías, bebidas calientes, productos congelados, comidas rápidas, cenas.

QUINDÍO

➤ **Antojos veganos (Coliseo del café Armenia calle5#22-00)**

Comida casual vegana

Restaurante vegano que ofrece hamburguesas, perros calientes, burritos, emparedados, pizzetas, empanadas, Nuggets y jugos naturales, su recomendado es la ruda burger, con proteína de frijoles aliñada con especias, champiñones y rúcula, todo salteado acompañada con salsas de la casa y papas.

7.1.3. A NIVEL REGIONAL (BOGOTÁ)

➤ **Elektra Punk y comida (Calle 69A # 9-65)**

Restaurante vegano establecido en 2019 por la chef Denise Monroy.

Ofrece “Comidas rápidas acompañadas de punk” (Elektra Punk, s.f.). El menú incluye perros calientes, pasta tipo boloñesa, sándwiches y ensalada de lentejas. También ofrecen vino, cervezas y entradas como nachos, bolitas de queso de almendras, papas y batatas.

➤ **Caballote & Berenjena VEGAN FOOD (Calle 120 A # 6-25)**

Creado en el 2012 como un Restaurante online y establecido en 2013 como restaurante abierto al público.

Caballote & Berenjena nace de un concepto artístico, de la ilusión, el amor y la pasión por compartir el Veganismo como estilo de vida, nace del sueño por entregarle a la ciudad y a sus visitantes una experiencia gastronómica totalmente

diferente, nuestra misión es entregar un mensaje de empatía y compasión con los seres vivos y el medio ambiente. (Caballero & Berenjena, s.f.)

➤ **De raíz, cocina café (Calle 65 # 5-70)**

De Raíz nace de una tesis de grado de universidad basada en crear un restaurante que utilizara sólo ingredientes de origen vegetal, en un ambiente casual y donde la empresa utilizara productos locales y buscara apoyar pequeños emprendimientos. El nombre De Raíz simboliza el origen de la vida en el mundo vegetal.

Estamos comprometidos con la utilización y apoyo de productos locales de empresas que comparten nuestra filosofía. Para nuestros domicilios, utilizamos empaques 100% compostables y nos transportamos en bicicleta. Queremos compartir con el mayor número de personas posible nuestro estilo de vida. (De raíz, s.f.)

➤ **Cardamomo (calle 137 # 57-28)**

Cafetería especializada y restaurante orgánico, confirmado como totalmente vegano en febrero de 2019.

Tipo de comida que ofrece; hamburguesas, bowls, sándwiches, “huevos pericos” de tofu, tostadas de guacamole, wraps, tacos y más.

8. CONCLUSIONES

La evidencia presentada anteriormente, demuestra que la investigación comprendido e indago en los factores asociados a la viabilidad (factores socioeconómicos) de la industria gastronómica, exponiendo de esta manera que es viable teóricamente, la apertura de un

restaurante vegano en Bogotá, respaldándose en los antecedentes del veganismo en Colombia, mostrando que a nivel nacional existen 528 restaurantes veganos y vegetarianos en 25 departamentos, por lo que se determina que la tendencia ha tenido una excelente acogida en el país a través de los últimos años. “Hace un año hicimos un estudio sobre los restaurantes vegetarianos y veganos, porque, aunque muchos no lo veían tan importante notamos una creciente inquietud frente a esos temas, y nos dimos cuenta de que, efectivamente, la oferta ha crecido de forma muy notable como respuesta a esas nuevas dinámicas de consumo del lado de la demanda” (Vita, 2020)

Además de eso, los expertos exponen que los emprendimientos de este tipo ya han tomado una gran parte del mercado y no solo incursionando en una dieta a base de plantas, sino también en la tendencia de alimentación saludable que resultan en un alza en los consumidores, ya sean o no vegetarianos/veganos. Manifestando que, si se cuenta con una estrategia bien planeada a nivel de mercados, esta predisposición puede impactar de manera económica y social en Colombia, ejemplificándose en los casos de pietran con dos productos vegetarianos lanzados en 2018 y el caso de sannus foods, una empresa que hay tenido un crecimiento de más de 800% en el país.

De acuerdo con el trabajo realizado y la información recopilada aquí, se comprueba que los cambios en el comportamiento del consumidor en la industria gastronómica vegetariana son positivos, ya que las tendencias actuales y la predisposición de los usuarios, al buscar alimentos saludables y apoyar esta categoría de la corporación alimenticia colombiana. De la misma manera este tipo de emprendimiento en Colombia demuestra que las mejores estrategias para introducirse y sostenerse económicamente, son las de

aprovechar la creciente preferencia hacia la comida saludable como plan de mercado y desarrollo del mismo, con el objetivo de darse a conocer y crecer de la mano con este; lo cual concluimos después de emplear el dofa y la encuesta para poder identificar los productos vegetarianos y portales de delivery como opciones positivas frente a nuestros competidores y así plantear la estrategia que nos ayude a no depender de la minoría de público objetivo que es vegano y vegetariano, sino en consecuencia atraer a consumidores generales, sin sumarle importancia a que sigan esta dieta o no.

Gracias a esto, se concluye que es viable la apertura del restaurante vegano en Bogotá, ya que este tipo de gastronomía se encuentra en auge y respaldada por el mercado junto con los clientes.

9. RECOMENDACIONES.

Si se lleva a la realidad esta idea de negocio se debe tener en cuenta el perfil del cliente objetivo en cuanto a las necesidades nutricionales que le puede ofrecer estos tipos de productos. En el menú es recomendable añadir o estar dispuesto a ofrecer las comidas más populares del veganismo como los son:

El calabacín relleno, potaje de garbanzos, montaditos de tofu, hamburguesas veganas, pasta con salsa de champiñón, pasta con tomate y albahaca, nuggets veganos, tortilla de patatas sin huevo, etc.

También se puede tener en cuenta que las localidades de SUBA y SAN CRISTOBAL son las más convenientes para establecer un restaurante vegano, debido al buen recibimiento que tiene a los restaurantes de comida alternativa como los vegetarianos.



Igualmente se debe tener en cuenta los fundamentos que tiene la comida vegana como lo es el rechazo al especismo con factores morales como la deontología sobre que los animales pueden poseer intereses propios y que no se les debe tratar con inferioridad por ser animales no humanos con el propósito de no extraer y producir producto que provengan de ellos sin importar su especie(Ejemplo: huevos, miel, pieles,carne..etc) o de igual manera por cuidados a la salud con el argumento base de transmisión de enfermedades debido a la producción de productos provenientes de animales y daños al medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2019). *Secretaria de Salud de Bogotá*. Recuperado el 29 de 09 de 2020, de <http://autorregulacion.saludcapital.gov.co/restaurantes>
- Barrera, K. L. (29 de 05 de 2019). *La Voz de Yopal*. Recuperado el 28 de 09 de 2020, de <https://www.lavozdeyopal.co/el-14-de-los-colombianos-es-flexitariano-vegano-o-vegetariano/>
- Bejarano, J. M. (9 de 08 de 2015). *La república*. Recuperado el 29 de 09 de 2020, de <https://www.larepublica.co/consumo/la-gastronomia-fitness-un-negocio-por-conquistar-2286956>
- Casas, H. E. (31 de 05 de 2017). *Bueno y Vegano*. Recuperado el 29 de 09 de 2020, de <https://www.buenoyvegano.com/2017/05/31/la-historia-la-vegan-society/>
- Cora. (s.f.). *My veganesse*. Obtenido de <https://myveganesse.com/historia-del-veganismo/> ejemplo. (2020). *Publicidad de Restaurante vegano*. Obtenido de Facebook/blblal
- Eroski Consumer. (2019). No todos los vegetarianos son iguales. *Eroski Consumer*, 35-39. Recuperado el 28 de 09 de 2020, de <https://revista.consumer.es/portadas/2019/03/edicion-impres/resourcer/revista-entera.pdf>
- International Vegetarian Union (IVU). (25 de 08 de 2015). *International Vegetarian Union (IVU)*. Recuperado el 28 de 09 de 2020, de <https://ivu.org/lac/history.html>
- Real Academia Española. (11 de Noviembre de 2020). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://www.rae.es/>
- Restrepo, L. (29 de 09 de 2016). *UniAndes*. Recuperado el 29 de 09 de 2020, de <https://agronegocios.uniandes.edu.co/2016/09/29/el-vegetarianismo-vacios-y-oportunidades/>
- Roja Allende, D., Figueras Diaz, F., & Durán Agüero, S. (28 de 06 de 2017). Ventajas y desventajas nutricionales de ser vegano o vegetariano. *Revista chilena de nutrición*, 44(3), 218-225. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182017000300218>
- Roman. (29 de julio de 2015). *Union Vegetariana Internacional*. Obtenido de http://www.ivu.org/spanish/history/greece_rome/pythagoras.html#:~:text=E1%20primer%20vegetariano%20moderno%20prominente,la%20carne%20de%20animales%20masacrados.&text=Pit%C3%A1goras%2C%20el%20antiguo%20sabio%20griego,padre%20del%20vegetarianismo%20en%20Occ

- Spencer, C. (1993). *The Heretic's Feast: A History of Vegetarianism*. Londres, Inglaterra: University Press of New Hanover. Recuperado el 29 de 09 de 2020, de https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=rIjZo-cvifAC&oi=fnd&pg=PR9&dq=history+of+vegetarianism+&ots=10XmpaQjIS&sig=xTbMGebYmUhd4B8QMs_emNIRtvQ#v=onepage&q&f=false
- Unión Vegetariana Internacional (IVU). (29 de 07 de 2015). *Unión Vegetariana Internacional (IVU)*. Recuperado el 29 de 09 de 2020, de <https://ivu.org/spanish/history/societies/vbd.html>
- PITAGORAS. (s.f) [Página web]. Recuperado el 10 de octubre de 2020 de http://www.ivu.org/spanish/history/greece_rome/pythagoras.html
- ALCALDIA BOGOTA. (s.f) [Página web]. Recuperado el 10 de octubre de 2020 de <http://autorregulacion.saludcapital.gov.co/restaurantes>
- ENCUESTA CANTIDAD DE VEGANOS COL. (s.f) [Página web]. Recuperado el 10 de octubre de 2020 de <https://www.lavozdeyopal.co/el-14-de-los-colombianos-es-flexitariano-vegano-o-vegetariano/>
- History. (s.f) [Página web]. Recuperado el 10 de octubre de 2020 de <https://ivu.org/lac/history.html>
- Bueno y vegano. (s.f) [Página web]. Recuperado el 10 de octubre de 2020 de <https://www.buenoyvegano.com/2017/05/31/la-historia-la-vegan-society/> La Historia de la Vegan Society.
- MOVIMIENTO VEGANO Y SUS RAICES. (s.f) [Página web]. Recuperado el 12 de octubre de 2020 de https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=rIjZo-cvifAC&oi=fnd&pg=PR9&dq=history+of+vegetarianism+&ots=10XmpaQjIS&sig=xTbMGebYmUhd4B8QMs_emNIRtvQ#v=onepage&q=history%20of%20vegetarianism&f=false
- agronegocios. (s.f) [Página web]. Recuperado el 12 de octubre de 2020 de <https://agronegocios.uniandes.edu.co/2016/09/29/el-vegetarianismo-vacios-y-oportunidades/> El vegetarianismo: vacíos y oportunidades.
- Unión Vegetariana Internacional (IVU). (s.f) [Página web]. Recuperado el 12 de octubre de 2020 de <https://ivu.org/spanish/history/societies/vbd.html> Historia de las Asociaciones Vegetarianas Alemanas.

- academia.edu. (s.f) [Página web]. Recuperado el 12 de octubre de 2020 de https://www.academia.edu/37058852/VEGANOS_PARA_SIEMPRE_70309_VEGANOS_PARA_SIEMPRE_70309
- Core. (s.f) [Página web]. Recuperado el 12 de octubre de 2020 de <https://core.ac.uk/download/pdf/47252364.pdf> EL MUNDO VEGANO: UN NUEVO ESTILO DE VIDA, UNA NUEVA ÉTICA.
- Portafolio. (SEPTIEMBRE 19 DE 2018). portfolio. [Página web]. Recuperado el 13 de octubre de 2020 de <https://www.portafolio.co/tendencias/vegetarianismo-una-oportunidad-de-negocio-aun-no-se-explota-521227> Los beneficios económicos del vegetarianismo y veganismo.
- BBC NEW. (s.f) [Página web]. BBC NEW. Recuperado el 15 de octubre de 2020 de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/05/160520_salud_dieta_vegana_riesgos_il Los riesgos de la cada vez más popular dieta vegana.
- LATAM. (s.f) [Página web]. Recuperado el 15 de octubre de 2020 de https://www.latam.com/vamos/es_co/articulos/lista-latam/sorprendentes-restaurantes-veganos/#!/en_uk
- Red Sparrow Pizza. (s.f) [Página web]. Recuperado el 20 de octubre de 2020 de <https://www.redsparrowpizza.com/about>
- cruelty free shop. (s.f) [Página web]. Recuperado el 20 de octubre de 2020 de <https://www.crueltyfreeshop.com.au/pages/about-us>
- flower burger. (s.f) [Página web]. Recuperado el 20 de octubre de 2020 de <https://www.flowerburger.it/about/>
- arayas place. (s.f) [Página web]. Recuperado el 20 de octubre de 2020 de <https://www.arayasplace.com/>
- Teva. (s.f) [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 20 de octubre de 2020 de <https://www.facebook.com/tevavegetal>
- veggie garden. (s.f) [Página web]. Recuperado el 22 de octubre de 2020 de <https://veggiegardengroup.com/>
- Gaa. (s.f) [Página web]. Recuperado el 22 de octubre de 2020 de <http://www.gaabkk.com/>
- El vegano andante. (s.f) [Facebook]. Facebook. Recuperado el 29 de octubre de 2020 de https://m.facebook.com/ElVeganoAndante/?locale2=es_LA

- La madriguera. (s.f) [Página web]. Recuperado el 29 de octubre de 2020 de https://www.facebook.com/pg/La-Madriguera-Veg-655718574552586/about/?ref=page_internal
- La Guía Vegana. (s.f) [Página web]. Recuperado el 29 de octubre de 2020 de <https://laguiaveg.com/restaurantes/samudra-vegan/>
- Restaurantes vegetarianos. (s.f) [Página web]. Recuperado el 29 de octubre de 2020 de <https://www.restaurantesvegetarianos.co/cerca-a-mi/restaurante-cherry-s>
- Antojos Veganos. (s.f) [Página web]. Recuperado el 29 de octubre de 2020 de <https://laguiaveg.com/restaurantes/antojos-veganos/>
- Electra. (s.f) [Página web]. Recuperado el 29 de octubre de 2020 de <https://www.happycow.net/reviews/elektra-bogota-187070>
- Caballote & Berenjena. (s.f) [Página web]. Recuperado el 20 de octubre de 2020 de <http://www.findglocal.com/CO/Usaqu%C3%A9n/349852301764367/Caballote-%26-Berenjena-Vegan-Food>
- De Raíz. (s.f) [Página web]. Recuperado el 20 de octubre de 2020 de <http://deraiz.com.co/acerca-de-nosotros/>
- Cardamomo.(s.f) [Página web]. Recuperado el 20 de octubre de 2020 de <https://laguiaveg.com/restaurantes/cardamomo/>