Plan De Internacionalización Del Restaurante Flor De Loto

Gineth Dayanna Betancourth Sarmiento, Jeyson Estid Fernández Nino, Jhon Alvaro Reyes Parra

Finanzas Y Negocios Internacionales, Facultad De Ciencias Empresariales Y Finanzas Internacionales, Fundación Universitaria Compensar

Proyecto Fin De Grado

María Carolina Villaraga Galindo, Emiro Stig Romero Arias

21 De Noviembre De 2022

Esta Obra Está Bajo Una Licencia Creative Commons Atribución-Nocomercial-Compartirigual 4.0 Internacional.

Contenido

Resumen 3

Introducción 4

Plan De Internacionalización Del Restaurante Flor De Loto 6

Planteamiento del problema 6

Antecedentes 6

Historia del Food Truck: 7

Objetivos 8

Alcance y limitaciones del proyecto: 8

Informe Ejecutivo De Los Alcances Del Proyecto 10

Target 12

Competidores: 14

Oferta: 16

Forma De Entrar Al Mercado: 18

Análisis DOFA 20

Plan Económico 21

Resultados 23

Referencias 26

Resumen

El siguiente proyecto es referente a la práctica de Implementación de un restaurante tipo food truck de comida sana y saludable con conceptos de vanguardia como lo es la comida molecular o tecno emocional en el territorio peruano, con el fin de aportar nuevas opciones y tipos de cocina en una plaza tan reconocida como lo es la ciudad de Lima, Perú. Se quiere llegar a esta población con un estilo diferente y fusionando nuevas tendencias de la gastronomía, como lo es la comida molecular con la comida sana que abarca un target de mercado de consumidores veganos que ya no los sorprende la oferta gastronómica que existe actualmente en la ciudad.

Creemos que la implementación de un estilo de comida saludable y sana, pero además a la vanguardia de nuevas tecnologías es necesario ya que se tiene poca oferta en la ciudad de Lima Perú y que la demanda de comida sana que este a la vanguardia se ha convertido en una necesidad tanto para los locales como para los visitantes extranjeros.

Para lo cual se tomaron datos importantes de Instituciones como la UVP Unión Vegetariana de Perú, que sirven de base para conocer la situación de la población vegana en este país.

Palabras clave: Veganismo, demanda, cocina molecular, food truck.

Introducción

El presente proyecto fue planteado con el objetivo de dar una solución innovadora a la escasez de la oferta de restaurantes de comida sana en Perú. Este proyecto está enfocado principalmente a los habitantes de la ciudad de Lima, donde se encuentra gran parte de la población vegetariana y vegana del país, así mismo, siendo la ciudad con mayor circulación de extranjeros que por su parte también tienen a tener dietas de comida sana y saludable.

En este trabajo se analizará la creciente demanda de estos productos, la facilidad para obtener los productos primarios para la elaboración de estos, así como la factibilidad de implementar estos, con un elemento que destacará y será ventajoso en el mercado, como lo es la cocina molecular.

Esto con la finalidad de ayudar a quienes optan por este estilo de vida y al mismo tiempo, cuidar a la población de problemas en la salud que son provocados en gran parte por la desnutrición o los malos hábitos de alimentación.

Gracias a esta investigación, se pudo determinar que, en la población peruana se encuentran individuos interesados en consumir estos alimentos, así mismo, se identificó que en la ciudad de Lima se encuentran muy pocos restaurantes con opciones de comida saludables.

Vegetariano: Es aquel individuo que lleva adelante un tipo de alimentación basada principal y casi exclusivamente en el consumo de vegetales, frutas, cereales y semillas, dejando de lado cualquier tipo de carne, sea esta proveniente de vacunos, porcinos, peces, animales de granja y muchos otros animales normalmente consumidos como alimento.**Fuente especificada no válida.**.

Vegano: Mientras los vegetarianos excluyen de su dieta cualquier tipo de carne, nada de bistec, pollo, jamón o pescado, los veganos le suman a esto la exclusión de cualquier producto de origen animal. Es decir, leche, huevos, miel, queso y mantequilla. Los veganos se alimentan exclusivamente de alimentos vegetales o, en otras palabras, no comen animales o productos de origen animal. **Fuente especificada no válida.**.

Cocina molecular: Es el estudio y la aplicación de química, física y otros principios de la ciencia en la cocina. Como parte de una subdisciplina de la ciencia de la cocina que se caracteriza por sus técnicas de cocina vanguardistas, la gastronomía molecular estudia los procesos químico-físicos que se llevan a cabo cuando cocinas. Tanto desde el punto de vista físico como desde el gastronómico, la cocina molecular pretende entender y analizar los mecanismos químicos de los alimentos al momento de cocinarlos, así como los procesos a los que serán sometidos. **Fuente especificada no válida.**.

Food Truck: consiste en un vehículo, de dimensiones considerables, capaz de llevar cualquier tipo de oferta gastronómica a las calles, ferias, festivales, fiestas, eventos… En definitiva, a cualquier lugar donde se pueda estacionar un **Food Truck.** Fuente especificada no válida..

Plan De Internacionalización Del Restaurante Flor De Loto

Planteamiento del problema

La falta de restaurantes en la zona de Lima que tengan como valor agregado cocina saludable de vanguardia entrega de pedido al cliente en un lapso cortos son muy pocos y la demanda de personas en horarios pico es muy alta y la satisfacción del cliente es baja.

Problema: Escases de la oferta de comida de vanguardia, vegana en Perú. El análisis de la problemática está enfocado principalmente a los habitantes de la ciudad de Lima, donde se encuentra gran parte de la población vegana, así mismo, siendo la ciudad con mayor circulación de extranjeros que por su parte también son veganos.

Pregunta Problema: ¿Falta restaurantes veganos de vanguardia que entreguen los pedidos en corto tiempo?

Antecedentes

Según se evidencio toda la oferta de Food Trucks que se ofrece en el Perú es Fast food, poca variedad en la oferta gastronómica, reducida a la venta de alimentos con alto contenido de grasa animal, sin mencionar que no tienen en cuenta la tradición y el potencial de la comida peruana que a nivel mundial es reconocida.

Justificación del proyecto

Este proyecto busca verificar la viabilidad de constituir un Food Truck en el sector de Lima, brindando a las personas del sector un tipo de comida diferente, saludable de vanguardia, con la oportunidad de tener su pedido con las adecuaciones requeridas para un estilo de vida vegetariano y vegano, brindando una experiencia gastronómica sensorial.

Historia del Food Truck:

Se desataba la Segunda Guerra Mundial(1939-1945) y en Reino Unido había que alimentar a las tropas combatientes. Resultaba costoso y poco práctico trasladar a un equipo completo de cocineros con su respectivo mobiliario que al llegar al campo de batalla tuviera que armarse, dar de comer y luego desmontarse. Entonces, se planteó la posibilidad de ofrecer platillos listos para degustar. (http://vidayestilo.terra.com.mx/)

La idea fue modificándose hasta que un grupo de restauranteros en Estados Unidos no contaba con la cantidad de comensales que esperaban en sus negocios. Hartos de esperar a que el cliente llegara, decidieron salir a vender su comida. (http://www.soyentrepreneur.com/)

Así nació la propuesta de crear una especie de restaurantes móviles cerca de los puntos de encuentro más concurridos o afuera de algunos sitios de trabajo, así como a la salida de clubes nocturnos o plazas públicas. (https://www.elsiglodetorreon.com.mx/)

Son vehículos que venden comida, generalmente camiones donde el espacio interno es adaptado para instalar los equipos que ayudan a la preparación de los platos y que constituyen algo parecido al sistema operativo de un restaurante a pequeña escala. (http://www.franquiciasdecomida.com.mx/)

Objetivos

Objetivo General:

Desarrollar un emprendimiento de negocio culinario de vanguardia, basado en la creación de un restaurante tipo (Food truck con el sentido de 'camioneta en la que se preparan platos de alta cocina, a menudo en ferias gastronómicas'.), ofreciendo platos vegetarianos y veganos con el fin de mejorar la oferta gastronómica en el sector de Lima a precios accesibles.

Objetivos Específicos:

Identificar la situación actual de la población vegana en Perú.

Evaluar si el sector es apropiado para implementar el proyecto

Conocer los costos del proyecto para ver si la rentabilidad es apropiada.

Determinar platillos que puedan ofrecerse de forma vegana y se adecue a la demanda de los clientes.

Alcance y limitaciones del proyecto:

Este plan de negocio se ve proyectado a 5 años, lo comprendería el periodo de 2023-2028. Este proyecto será implementado en la ciudad de Lima, dado que este lugar tiene alta demanda de oferta gastronómica además es uno de los más frecuentados por extranjeros, hoteles y es una zona comercial.

Una de las grandes limitaciones que se encuentran en este proyecto es la falta de información referente al sector alimenticio vegetariano y vegano de Perú, tanto de los consumidores, proveedores y sustitutos de estos.

Recursos Para El Proyecto

Los recursos que se requieren para la correcta elaboración del proyecto para la empresa Food Truck, se necesitan materia prima para la elaboración del producto, recursos humanos,

infraestructura, así como también los recursos financieros necesarios para el desarrollo del proyecto.

En la gestión del recurso humano del proyecto se realizaran procesos de organización del equipo, a los cuales se le asignaran roles y responsabilidades específicas para el desarrollo del producto ofrecido, Se contará con 1 chef, 1 auxiliar de cocina y un administrador que desempeñará el rol de cajero, para eventos se contratará personal de entretenimiento encargado de invitar al público al food truck, todos los cargos a desempeñar contaran con la capacitación requerida y los debidos carnets de manipulación de alimentos requeridos

Informe Ejecutivo De Los Alcances Del Proyecto

Datos Macro Perú:

Moneda: Soles.

Pertenece junto con Colombia a: Alianza del Pacífico, CAN (Comunidad Andina), FMI (Fondo Monetario Internacional), OEA (Organización de los Estados Americanos), ONU (Organización de las Naciones Unidas) y UNASUR (Unión de Naciones suramericanas).

Superficie 1’285.220 k2

Población: 33’359.416 habitantes.

Capital: Lima.

PIB anual: 225.938 M$ USD

PIB per cápita: 6.773 $USD.

Tasa de desempleo: 5,8%

Doing Business: puesto 76.

Principales proveedores de Perú: China, México, Estados Unidos.

Dato importante: Colombia es el cuarto proveedor de Perú.

El Veganismo En Perú:

Es importante entender que el consumo de carne aun predomina en el mercado peruano, sin embargo, a lo largo de los últimos años parte de la población está cambiando sus hábitos de alimentación por una mas saludable, ya sea vegana, vegetariana, flexitariana o pescetariana, tendencias que han eliminado el consumo de carne en sus rutinas.

Con lo anterior cabe mencionar que según estudios por parte de la Unión Vegetariana de Perú (UVP) el 1,5% de la población peruana se considera vegana y el 4% vegetariana, cabe

entonces destacar que nuestro mercado objetivo es el 10% de la población de Lima que se considera vegana.

Según estudios se determinó que la mayor parte de veganos están ubicados en la ciudad de Lima, sin embargo, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática del gobierno de Perú (INEI), en la selva peruana son los mayores consumidores de frutas y vegetales, pero encuentran un limitado acceso otros productos veganos, además de que su facilidad para la obtención de estos es limitada.

Del mismo modo, es importante mencionar la tendencia actual del país por el cuidado del medio ambiente y sus campañas de concientización que influencian a la población por medios como: televisión, redes sociales, festivales, relaciones, entre otros.

Además de que poseen una mayor consciencia sobre los problemas de salud que se poseen por la ingesta inadecuada de carnes y alimentos poco nutritivos, por lo tanto, se ha dado a conocer grandes beneficios que proporciona una alimentación vegana, tales como:

Mayor facilidad para bajar de peso.

Prevención de cáncer.

Prevención de enfermedades cerebrales y cardiovasculares.

Mantener la diabetes bajo control.

Propiedades alcalinas.

Otro factor importante es la existencia de marcas veganas certificadas (según la UVP), entre las cuales encontramos 5 principales: Nadalco, Laive, Kobefood, Vakimu y Las tres gunas. Marcas que serían tomados como proveedores razonables para este proyecto. A pesar de que existen pocas marcas certificadas estas se están dando a conocer en la población peruana, lo que permitiría un mayor reconocimiento al implementarlas como proveedores.

Target

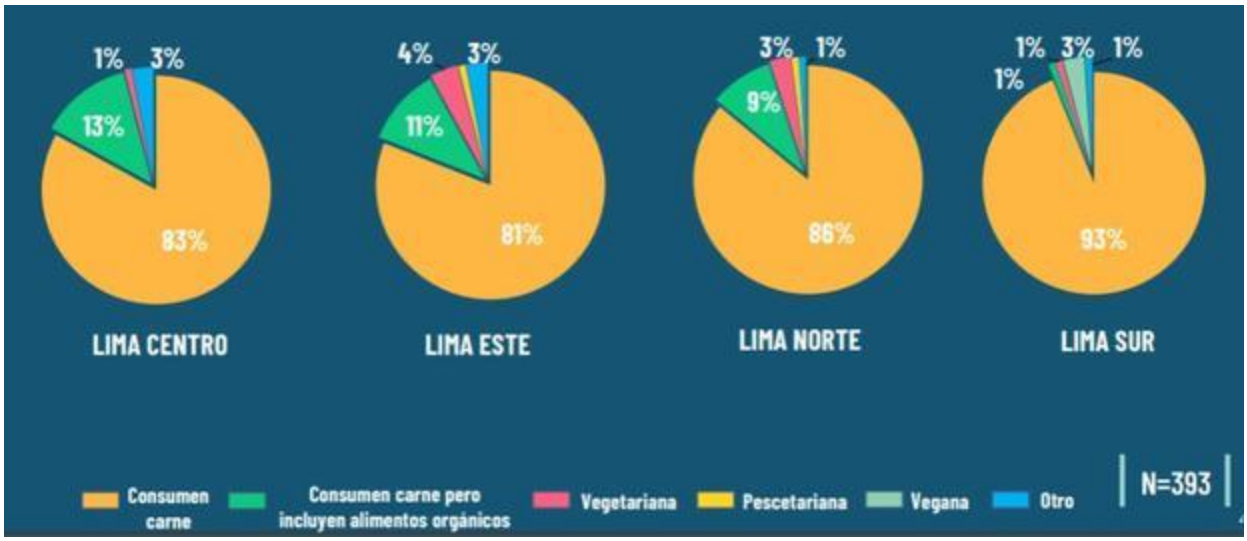
Algunos datos importantes que se deben destacar para determinar el público objetivo de este proyecto son los que nos proporciona el estudio de hábitos de alimentación que se realizó en Perú a nivel nacional, para esto se realizaron un total de 1163 encuestas, donde hay que destacar los siguientes aspectos:

La mayor parte de la población peruana todavía tiene preferencia por el consumo de carnes, en la siguiente tabla podemos observar los resultados porcentuales de dichas encuestas:



Nota: extraído de peru21.pe

La población de Lima Sur presenta mayores índices de interés por la alimentación vegana a comparación de Lima del Centro, Este y Norte. Como podemos contemplar a continuación:



Nota: extraído de peru21.pe

Según la encuesta la población que considera la comida vegana como más saludable y apta para el consumo son la población mayor de 40 años en comparación con los de menor edad. (Perú21, 2021). Sin embargo, son la población joven entre los 18 -24 años quienes presentan un menor consumo de alimentos cárnicos, ya que representan el 42% de los consumidores veganos de Perú (Reyes, 2020).

Es importante mencionar que la población que se ve más enfocada al consumo de alimento son las mujeres, con un porcentaje del 78% en todo Perú; mujeres que, por otra parte, no tienen hijos por decisiones propias.

Esta población con tendencia a consumir alimentos de origen vegetal muestra 4 diferentes razones por las cuales han optado por este estilo de vida, las cuales son:

69% respeto por la vida de los animales

20% salud

6,7% la ecología

4,5% religión

Con los datos anteriormente mencionados podemos determinar que nuestro público potencial peruano son las mujeres de entre 18 – 24 años que vivan en Lima Sur, Perú.

Sin embargo, nuestro público objetivo abarca a todo aquel que desee abrirse a nuevos hábitos de consumo saludable como lo es la comida vegana.

Competidores:

Algunos restaurantes veganos en Perú:

El pan de la chola.



Nota: extraído de lanutriciónvegana.com

Estressate Vegan.



Nota: extraído de lanutriciónvegana.com

Raw café.



Nota: extraído de lanutriciónvegana.com

Black Llama Hostel.



Nota: extraído de lanutriciónvegana.com

Estos son algunos de los lugares con opciones veganas en Perú, gran parte de estos están ubicados en Lima, pero no son de fácil ubicación, principalmente para los extranjeros. Lo cual

puede ser una ventaja para el proyecto si es plantea en lugares conocidos y concurridos por la población peruana y extranjera.

Oferta:

La propuesta del proyecto es la implantación de un restaurante (food trucks) vegetariano y vegano, donde se ofrezcan productos saludables libres de carnes.

La propuesta principal es ofrecer platos tradicionales peruanos, colombianos y de comidas rápidas veganas, que serán adaptados al consumo vegano por medio de la sustitución de las carnes por proteínas vegetales obtenidas de cereales, setas y legumbres como: soja, gluten (trigo), amaranto, frijoles, lentejas, champiñones, entre muchos otros, que junto con los vegetales aportan valores nutritivos para el cuerpo humano y provee proteínas, fibra y vitaminas.

Algunos platillos peruanos que podrían adaptarse a opción vegana son:

Lomo salteado.

Papa a la huancaína.

Ocopa.

Causa de pallares.

Palta rellena.

Tacu tacu o arroz a la jardinera.

Tequeños.

Chalaquitas.

Tamalito verde.

Leche de tigre.

Ceviche de hongos.

Chicharron de setas.

Huatia.

Fettuccini.

Por otro lado, los platillos colombianos que se pueden adaptar para la ingesta vegana son:

Bandeja paisa.

Tamales.

Empanadas.

Lechona.

Ajiaco.

Sancocho.

Cazuela.

Platos de comida rápida como:

Hamburguesa.

Perro caliente.

Churrasco.

Pizza.

Picadas.

Salchipapas.

Patacones.

Tacos.

Así mismo, ofrecen una gran variedad de postres veganos:

Arroz con leche.

Mazamorra.

Natillas.

Buñuelos.

Alfajores.

Forma De Entrar Al Mercado:

Implantación: estaremos presente en el mercado destino para realizar in situ la actividad comercial, estableceremos una delegación comercial, filial comercial o de producción. son ejemplos de este caso.

Comunicación Externa: Aquí promovemos las cualidades de la compañía y las novedades más sobresalientes.

Vida sana y sin mucho esfuerzo comiendo delicioso y dando a tu cuerpo lo necesario para una buena imagen y un estado de salud genial.

Canales De Distribución: folletos, videos (reels) en redes sociales (instagram y Facebook), canal de Youtube, blog y PDF informativos.

Funciones:

Poner a los clientes primero (información transparente y útil)

Relación con los proveedores teniendo una comunicación clara y precisa, relación de negocios que genera confianza.

Vincular la empresa con los medios de comunicación, esto ayudará a generar un impacto directo con nuestro público objetivo generando una relación amistosa y cordial eligiendo el medio de comunicación oportuno.

Mejoraremos cada vez más la relación con todo el público en general para mantener la buena imagen de la empresa.

Comunicación Externa Estratégica: Nos ayudará a conseguir información valiosa para impulsar la empresa a tener más alcance en el mercado y poder conocer mejor a nuestros clientes, sus comportamientos y también nos ayuda a ver qué hace nuestra competencia.

Estrategias De Distribución:

Este proyecto se basa en el modelo americano de FOOD TRUCK, por lo que la manera en que se distribuirá el producto se hará de forma directa al consumidor, en donde se parquee el

camión, esto se logra mediante la realización de convenios generados con los diferentes distritos acogiéndonos a la ordenanza No.390/MDSM que regula el otorgamiento de la autorización municipal a los vehículos motorizados para expendio de alimentos denominados food truck, estableciendo horarios y asignando días específicos los puntos de atención donde se consigan los permisos.

Estrategias De Comunicación:

Para el posicionamiento de la empresa se lanzará una campaña publicitaria por medio de redes sociales y volantes, explicando los puntos horarios y promociones, adicionalmente el FOOD TRUCK será un elemento publicitario debido al diseño llamativo del exterior del camión.

Estrategias De Aprovisionamiento:

Para la compra y adquisición de insumos y materias primas se generará una política de compra mayorista con precios y descuentos de MERCADO SURQUILLO, para el tema de alimentos como la quinua.

Para la compra y adquisición de productos gastronómicos se genera una asociación con JEYMARKIDS, donde se adquiere elementos como cargas de sifón No2.

Comercialización

La comercialización del producto se realizara mediante la adecuación de un camión con cocina (FOOD TRUCK), apto para preparar y servir alimentos, con las normas de higiene requeridas por la reglamentación de la ciudad, se instalara en un parqueadero o zonas comunes en Lima, como parques y plazas, para poder acercarse a los potenciales clientes en horas de almuerzo, el camión será trasladado a diferentes zonas de la localidad hasta encontrar

el punto exacto donde la demanda del mercado es más fuerte y la necesidad de nuestro producto sea mayor.

Metodología

En la realización de esta investigación fue utilizado un enfoque cualitativo, se genera método de observación directo donde se obtiene la necesidad de la implementación de un nuevo modelo de restaurante, que supla a necesidad del comensal vegano obteniendo una experiencia nueva en su dieta.

Análisis DOFA

Principales Fortalezas.

Innovación ante la oferta culinaria del mercado actual

Comida de alta calidad al alcance

Precio relativo con competencia directa

Pedidos rápidos para clientes con poco tiempo

Principales Debilidades.

Permisos de la administración de espacios públicos para la implementación del proyecto

El desconocimiento de la marca en el mercado

Fuerzas de orden público si no se cuenta con permisos necesarios

Principales Oportunidades.

Oferta gastronómica diferente para mercado vegano.

Permitir que más clientes degusten comida de alta calidad

Incursión en nuevo mercado como lo son los food truck.

Principales Amenazas

Personal capacitado

Modelo de negocio fácil de plagiar

Mercado relativamente nuevo

Plan Económico

Inversión En Activos

Se realizará de inversión inicial la compra del camión de comida (food truck), por valor de 13.000 dólares.

Financiación:

PLAN DE FINANCIACIÓN	
CONCEPTO	IMPORTE/DOLARES
Capital social	5.000
Recursos propios (aportaciones de socios)	10.000
Créditos o préstamos (ya concedidos o en fase de aprobación)	10.000
Incentivos (ya concedidos)	3.000
Capitalización (prestaciones por desempleo: pago único cobrado)	2.000
Otros (Leasing, aportaciones sin costes financieros, etc.)	1.400
TOTAL	31.400

Tabla: elaboración propia

Costo de producción y precio de venta:

Insumos	Unidad de Facturación	Unidad de empaque	Precio unidad de facturación: USD	Porción por Plato	Costo porción (Pre. UF/U. Empaque*Porción) Dolares
Harina de trigo	Kilo	25.000g.	19.4	60g	$ 0.05
Soya	Caja	25.000g.	19.96	50g	$ 0.04
Quinua	Saco	10.000g.	19.4	50g	$ 0.1
Lentejas	Kilo	25.000g.	24.8	80g	$ 0.08
Frijol	Saco	25.000g.	70.4	80g	$ 0.22
Arroz Integral	Saco	25.000g.	22	60g	$ 0.05
Arroz Blanco	Saco	25.000g.	22	60g	$ 0.05
Aceite Vegetal	Caja	20.000ml	36.4	30ml	$ 0.05
Setas	Kilo	10000g.	30	40g	$ 0.12
Alginato	Kilo	1000g.	30	20g	$ 0.6
Glucolonactato	kilo	1000g.	15.96	40g	$ 0.64
Agar Agar	kilo	1000g.	30.4	20g	$ 0.6
Goma Xatana	kilo	1000g.	13.3	50g	$ 0.66
Cargas de NO2	Caja	24	39	1	$ 1.62
Nitrógeno liquido	Caja	10.000ml	50	40ml	$ 0.2
Precio de costo:					
Plato con Arroz Blanco y Lenteja					$ 4.71
Plato Arroz Blanco y Frijol					$ 4.85
Plato Arroz Integral y Lenteja					$ 4.71
Plato Arroz Integral y Frijol					$ 4.85
Plato Quinua y Lenteja					$ 4.76
Plato Quinua y Frijol					$ 4.9
Precio de Venta: (Precio de costo/ (1-65%Margen Bruto)					
Plato con Arroz Blanco y Lenteja					**$ 13.4**
Plato Arroz Blanco y Frijol					**$ 13.8**
Plato Arroz Integral y Lenteja					**$ 13.4**
Plato Arroz Integral y Frijol					**$ 13.8**
Plato Quinua y Lenteja					**$ 13.6**
Plato Quinua y Frijol					**$ 14**

Tabla: elaboración propia

La siguiente tabla nos muestra que el proyecto de nuestro restaurante es rentable porque el valor presente neto (VAN) es positivo y nuestra tasa interna de retorno (TIR) es mayor a la tasa de interés generándonos mayor retorno de la inversión.

Datos del Proyecto		
Año	Flujo de caja	Valor Presente
0	-31400	-31400
1	10500	8728,18
2	12000	8291,82
3	15000	8615,78
4	14500	6923,18
5	16000	6350,26
6	17000	5608,61

Interés	20,30%

VALOR PRESENTE NETO (VPN)	13117,83

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	35%

Tabla: elaboración propia

Resultados

Se implementaría inicialmente un food trucks en la ciudad de Lima, Perú, el cual circularía a lo largo de la ciudad y se ubicaría en las zonas más concurridas en distintos lapsos del día, ya sea en parques y plazas donde se encontrarían más consumidores.

Este proyecto tendrá una inversión total de 120.000 soles (31,4 dólares)

Valor agregado

Se realizará la introducción de nuevos métodos de cocina de vanguardia, aplicando el uso de nuevas tecnologías para lograr brindar una experiencia nueva en los comensales, los platos tendrán deconstrucciones gastronómicas, gelificaciones, esferificaciones, se utilizarán herramientas como maquina al vacío, sifón de cocina, y aditivos como agar agar, alginato de sodio, glucolonactato de calcio, goma Xantana, azúcar isomalt, dando una nueva imagen y textura a todos los sabores.

Esferificación: técnica culinaria empleada para encapsular líquidos dentro de una membrana generada por Alginato de sodio extraído naturalmente de algas pardas



Nota: elaboración propia

Encapsulación de aceite; técnica culinaria donde con azúcar isomalt se encapsula aceite de oliva para la manipulación del comensal.



Nota: elaboración propia

Falso Tartar: plato realizado a base de frutas donde se utilizan técnicas de deconstrucción, esterificación y osmosis por medio de maquina al vacío.



Nota: elaboración propia

Referencias

Alva, P. C. (23 de mayo de 2022). *El comercio*. Obtenido de El comercio: https://elcomercio.pe/provecho/tendencias/gastronomia-vegana-el-restaurante-que-adapta-la-cocina-peruana-a-su-version-plant-based-noticia/?ref=ecr

http://vidayestilo.terra.com.mx/. (s.f.).

http://www.franquiciasdecomida.com.mx/. (s.f.).

http://www.soyentrepreneur.com/. (s.f.).

https://www.elsiglodetorreon.com.mx/. (s.f.).

lanutricionvegana.com. (2020). Obtenido de lanutricionvegana.com: https://www.magnesol.pe/blog/eco/estadisticas-interesantes-sobre-los-vegetarianos-y-veganos-del-peru

Perú21. (2021). Obtenido de Perú21: https://peru21.pe/peru/alimentacion-carne-peru-veganos-estudio-de-habitos-de-alimentacion-revela-que-en-el-peru-predomina-el-con-consumo-de-carne-noticia/

redactor7. (3 de agosto de 2022). *Pressperu*. Obtenido de Pressperu: https://pressperu.com/mas-del-10-de-peruanos-se-identifican-con-la-alternativa-de-alimentacion-vegetariana/

Reyes, D. X. (5 de junio de 2020). *lanutriciónvegana*. Obtenido de lanutriciónvegana: https://lanutricionvegana.com/vegetarianos-y-veganos-en-peru/

UVP. (2022). *Unión Vegetariana del Perú*. Obtenido de Unión Vegetariana del Perú: https://www.uvp.org.pe/nosotros/