

The Vegan Agency y la Universidad de Comillas publican el primer informe de empresas veganas en España

Principales resultados: La mayoría de los negocios fueron fundados en 2020 a raíz de la pandemia y sus fundadoras son veganas. Su por qué y lo que les ha empujado a emprender (su reason why) son los valores éticos y personales. Sin ayudas públicas, casi todos se autofinancian (bootstrapping) y es el primer emprendimiento para la mayoría. Casi todos están en régimen de autónomos. El sector líder en emprendimiento es la hostelería. La mayoría factura por debajo de los 10.000 € anuales

La doctora Estela Díaz, del departamento de Gestión Empresarial de la Universidad Pontificia Comillas, y la agencia de comunicación especializada The Vegan Agency han realizado el primer informe sobre el estado de las empresas veganas en España.

El informe se centra en medir y explicar varias categorías: el perfil demográfico de las personas emprendedoras y veganas, la idiosincrasia de sus negocios, su estado actual y cómo les ha afectado la pandemia, así como la comunicación que realizan en sus empresas.

Díaz destaca: "Teniendo en cuenta el contexto actual fuertemente marcado por un crecimiento exponencial del interés sobre el veganismo, ahora más que nunca resulta decisivo elaborar formalmente un plan de negocios (o revisar/actualizar el plan de negocio ya elaborado)".

Por su parte, Sang Gu (Phil) Yim, consultor estratégico que ha supervisado el informe, apunta: "En línea con lo que los encuestados piensan, es muy probable que en los próximos años el interés hacia el veganismo siga creciendo, lo que se traducirá en un mayor número de empresas ofreciendo productos y servicios veganos. Ante esto, será clave que los negocios definan claramente cuál es su propuesta de valor para sus clientes y promuevan espacios de competición* sana que dé vida a un verdadero ecosistema vegano".

Desde la agencia de comunicación aseguran que "los resultados no sorprenden y son propios de un primer informe de investigación en algo tan ecléctico como es el veganismo. Además, —añaden—, hay que tener en cuenta el contexto de crisis que estamos viviendo a raíz de la pandemia y que la gente monta este tipo de negocios para poder dar soluciones a un sistema que se ha quedado obsoleto porque perjudica al medio ambiente, desperdicia recursos y es cruel con los otros animales. Estos negocios tienen la ética en su ethos y aún no hay un ecosistema emprendedor que fomente el veganismo con inyecciones de capital públicas o privadas".

"Para poder explorar nuevas formas de comunicación, para llegar a la gente, primero debemos saber dónde estamos como movimiento. Esperamos que este estudio sirva de guía para todas aquellas personas que intenten emprender y dejar un mundo mejor a su paso", finalizan.

Metodología

Se ha contado con una muestra de 104 empresas en todo el territorio español recopilando la información entre junio y diciembre de 2021. El tipo de investigación realizado fue no experimental con enfoque cuantitativo. La unidad de análisis fueron los negocios veganos con sede en España. Seleccionamos negocios que seguían a The Vegan Agency en Instagram, LinkedIn y a través de bases de datos propias, ads en redes sociales y canales de WhatsApp. Y la técnica utilizada: encuesta online estructurada y no aleatoria. El cuestionario, diseñado ad hoc, estaba integrado por un total de 31 preguntas divididas en 5 apartados.

Datos de contacto:

Paula González Carracedo
918443377

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Universidades](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>