

VEGANUARY 2022

REPORTE DE CAMPAÑA



VEGANUARY 

CONTENIDO

Prólogo	3
La campaña en números	4
Quiénes somos y cómo marcamos la diferencia	6
Los participantes	8
Desafío en el Lugar del Trabajo	10
La campaña dio mucho que hablar	12
¡Houston, tenemos una solución!	14
Nuestro anuncio en cines protagonizado por Pie Grande	15
“¡Toma la acción climática en tus propias manos!”	16
Nos tomamos las calles	18
Compromiso corporativo en el Reino Unido	20
Compromiso corporativo en Alemania	22
Compromiso corporativo en los EE. UU.	24
Compromiso corporativo en América Latina	26
Compromiso corporativo en la India	27
Nuestros socios para Veganuary 2022	28



PRÓLOGO

Queridos seguidores y amigos,

En Veganuary compartimos un sueño común: queremos vivir en un mundo vegano. Un mundo sin granjas de animales ni mataderos. Un mundo en el que la producción de alimentos no diezme los bosques, no contamine los ríos y los océanos, no exacerbe el cambio climático ni lleve a las poblaciones de animales salvajes a la extinción. Un mundo donde todos puedan disfrutar de una variedad infinita de alimentos deliciosos y nutritivos mientras protegen el planeta y los animales.

Y aunque será necesario el esfuerzo de innumerables personas, organizaciones e iniciativas para hacer realidad este sueño algún día, cada enero puedo sentir que nos acercamos un paso más a esa visión. El veganismo ya no está relegado a una esquina; se ha convertido en una opción popular que muchos de los negocios de alimentos más grandes del mundo están adoptando como la gran novedad.

Esta campaña 2022 más personas y empresas que nunca participaron en Veganuary, superando todas nuestras expectativas. Hemos visto innumerables activaciones de Veganuary en los principales supermercados del Reino Unido, España, Argentina y Alemania este año. Gigantes de la alimentación como Domino's, McDonald's, HelloFresh, Burger King, KFC, Subway, Papa John's y Starbucks lanzaron nuevos productos y menús veganos con Veganuary, o promovieron la idea de comer a base de plantas durante un mes con nosotros. Miles de medios publicaron artículos sobre nuestro trabajo y nuestros canales de redes sociales tuvieron mucha actividad durante todo el año. Gracias



a todas las personas que compartieron nuestra visión y nos apoyaron de alguna manera, ¡Veganuary 2022 fue nuestra campaña más grande hasta el momento!

A todos nuestros maravillosos donantes, nuestras organizaciones asociadas y patrocinadores comprometidos, voluntarios increíbles, celebridades inspiradoras e influyentes y todos los que han estado compartiendo, dando me gusta y apoyando a través de redes sociales.

Espero que te sientas orgulloso de leer sobre el progreso y los logros de la campaña de este año.

Tenemos un largo camino por delante, pero cada año nos estamos acercando unos pasos más. Únete a nosotros para celebrar los millones de personas que han elegido los productos basados en plantas, los miles de medios de comunicación que muestran los beneficios de una dieta vegana y las cientos de empresas que han abrazado el futuro.

**Gracias por compartir nuestra visión.
Gracias por creer en nosotros.**



Muchas gracias,

Ria Rehberg
CEO DE VEGANUARY

THE 2022 CAMPAIGN IN NUMBERS



MÁS DE 629.000 PERSONAS

en todo el mundo se inscribieron y se animaron a probar el veganismo durante este año de campaña



Más de

4,351 HISTORIAS DE MEDIOS

se publicaron sobre veganismo alrededor del mundo



MÁS DE 800 NUEVOS PRODUCTOS VEGANOS

fueron lanzados durante Veganuary



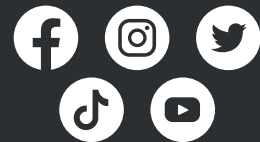
MÁS DE 740 NUEVOS MENÚS VEGANOS

fueron estrenados por restaurantes por Veganuary



2,4 MILLONES DE PERSONAS

visitaron el sitio web de Veganuary en búsqueda de consejos útiles y tips sobre como seguir una dieta vegana



ALCANCE DE 375 MILLONES

en los canales de redes sociales de Veganuary



El hashtag #Veganuary tenía

MÁS DE 550 MILLONES DE VISTAS en TikTok al final de enero 2022



19,6 MILLONES DE CORREOS ELECTRÓNICOS DE APOYO

fueron enviados a los participantes durante el periodo de campaña



QUIENES SOMOS Y CÓMO HACEMOS LA DIFERENCIA

Veganuary es una organización sin fines de lucro que alienta a las personas de todo el mundo a probar el veganismo a partir de enero, trabaja con empresas para aumentar la oferta de alimentos veganos en tiendas y restaurantes, y hace que el veganismo sea más visible y accesible a través de nuestro trabajo con los medios nacionales e internacionales.



POR QUÉ EXISTIMOS

La cría de animales a escala industrial es uno de los principales impulsores del cambio climático, la deforestación y la pérdida de especies, además de ser una causa importante de contaminación. Aumenta drásticamente el riesgo de pandemias globales y resistencia a los antibióticos, al mismo tiempo que es responsable de la muerte de miles de millones de animales inteligentes cada año. La forma actual en que producimos alimentos es altamente ineficiente, insostenible y no nos permitirá alimentar a una población mundial en crecimiento. Por eso abogamos por un cambio hacia más alternativas basadas en plantas y, en última instancia, un mundo vegano.

Estamos convencidos de que las cosas deben cambiar y deben cambiar rápido. Para acercarnos a nuestra visión de un mundo vegano, necesitaremos derribar las principales barreras a la alimentación vegana y hacer que los alimentos de origen vegetal sean más visibles, sabrosos y accesibles para la población. Queremos ver los beneficios del veganismo ampliamente discutidos en la televisión y las redes sociales todos los días, queremos verlo en los lugares de trabajo, en pancartas en las calles, en todos los supermercados, restaurantes, cafeterías y gasolineras.



NUESTRAS ÁREAS DE FOCO ESTRATÉGICO

Para ayudar a que la alimentación basada en plantas se generalice, nos enfocamos en tres áreas principales de trabajo:

- Alentando y apoyando a millones de personas a probar el veganismo en enero y más allá
- Crear la publicidad necesaria en los medios y las redes sociales para crear conciencia sobre el tema y los beneficios de un estilo de vida vegano
- Alentar a las empresas a promover y lanzar más opciones deliciosas a base de plantas para aumentar la calidad, disponibilidad y visibilidad de la comida vegana

Con este enfoque, hemos contribuido al aumento de la popularidad del veganismo en varios países del mundo, hemos salvado la vida de millones de animales a través de las elecciones de nuestros participantes y hemos hecho de Veganuary un gran hito en el calendario minorista para empresas de todo el mundo. Estamos especialmente orgullosos del hecho de que muchos de los productos y opciones veganas recientemente presentadas permanecerán en los estantes y menús después de enero, ya que las empresas informan ventas récord de sus ofertas veganas después de los exitosos lanzamientos de Veganuary. Hemos visto que el 'Efecto Veganuary' funciona y estamos listos para difundirlo por todo el mundo.

Veganuary ahora tiene capítulos oficiales de países en EE. UU., Reino Unido, Alemania, Argentina, Brasil, Chile e India. Trabajamos con organizaciones asociadas que realizan campañas de Veganuary adicionales en Italia, Francia, Suiza, Singapur, Australia y Sudáfrica.

NUESTROS VALORES

IMPACTO

Estamos comprometidos con un mundo vegano. Utilizaremos la investigación para evaluar cómo se puede salvar la mayor cantidad de vidas y dirigir los recursos para ese fin.

EMPODERAMIENTO

Optimizaremos nuestro alcance para apoyar y alentar a las personas en su viaje vegano de una manera positiva, constructiva, sin prejuicios y de fácil acceso.

COLABORACIÓN

Al asociarnos con otras organizaciones impulsadas por una misión y trabajar en estrecha colaboración con las empresas, marcaremos una mayor diferencia.

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Sabemos que se necesitan personas con diferentes ideas, fortalezas, intereses y orígenes para lograr nuestra visión; apreciamos el valor de esto y cómo nos acerca a lograr nuestra misión.

RESPECTO E INTEGRIDAD

En todas las relaciones internas y externas, buscaremos una comunicación genuina, honesta y transparente.

RESILIENCIA

Seguiremos creando una organización profesional y sostenible (humana, social, económica y medioambientalmente).

LOS PARTICIPANTES

Veganuary celebró un gran hito este año: **más de dos millones de personas se registraron oficialmente desde que comenzó el compromiso en 2014**. Y un total de más de 629.000 personas registradas en nuestro sitio web solo para la campaña de 2022, con participantes de todos los países del mundo excepto Tayikistán y Corea del Norte (donde el Internet está prohibido).

Los datos de Kantar sugieren que cada año, diez veces más personas participan y prueban la dieta vegana en enero que las que se registran a través del sitio web de Veganuary. Eso significaría que más de seis millones de personas participaron en la campaña de 2022.



MATTHEW GLOVER, COFUNDADOR Y PRESIDENTE DE VEGANUARY

"Cuando mi esposa Jane y yo decidimos lanzar un compromiso vegano de año nuevo en 2014, esperábamos que solo participarían 1000 personas. Más de 3.000 se inscribieron y quedamos impresionados. **Ahora Veganuary es uno de los hitos más importantes en el calendario minorista, más que la Navidad, lo que refleja el número cada vez mayor de personas que eligen alimentos de origen vegetal.** Dos millones de participantes oficiales de Veganuary en solo ocho años es un gran logro, pero la explosión de productos de origen vegetal que lo ha acompañado realmente está revolucionando el futuro de los alimentos".

TOP 10 DE PAÍSES POR INSCRIPCIONES A VEGANUARY

#	PAÍS
1	Estados Unidos
2	Reino Unido
3	India
4	Alemania
5	Italia
6	México
7	Argentina
8	Colombia
9	Chile
10	Brasil

La estrella de Dragons' Den, Deborah Meaden, participó en Veganuary 2020 y lo disfrutó tanto que no solo siguió siendo vegana, sino que se unió a nosotros como embajadora de nuestra campaña 2022. Incluso nos dio un saludo en la TV matutina británica, instando a todos a participar!



DEBORAH MEADEN

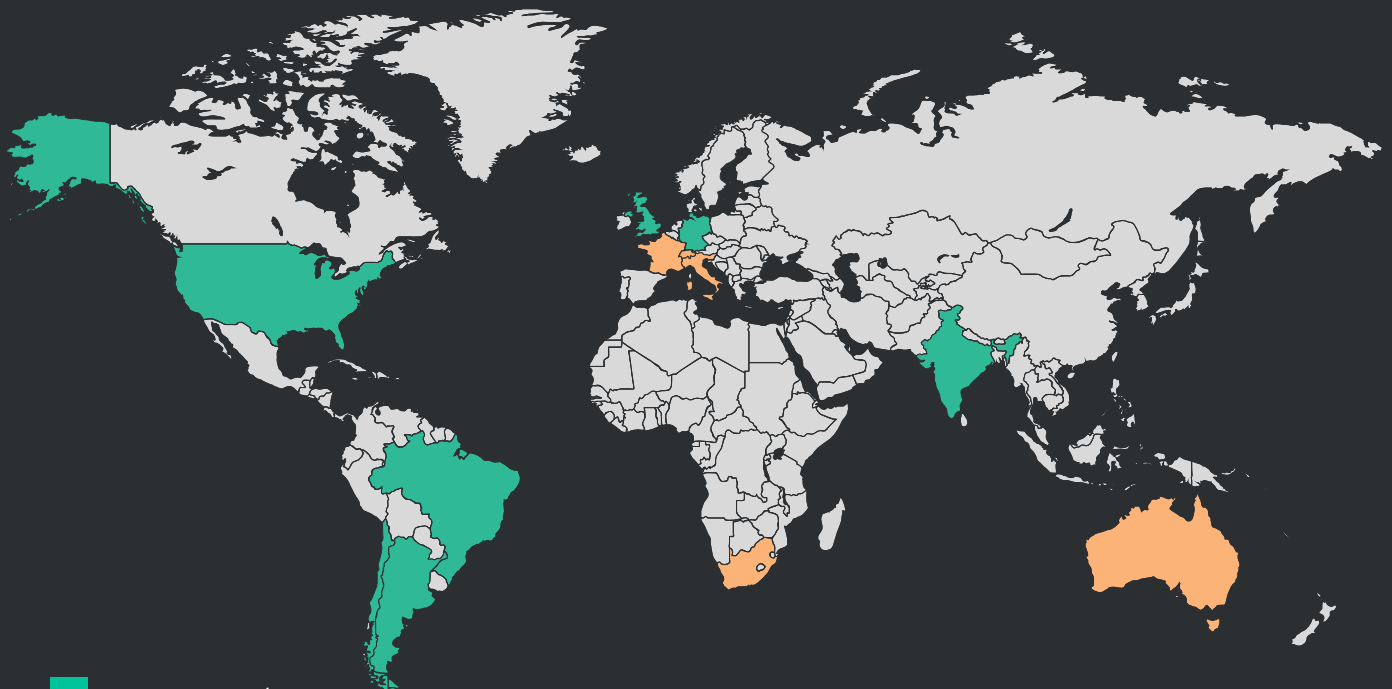
"Participar en Veganuary me ayudó a cambiar mi forma de comer, y ahora mi dieta es la mejor para los animales, el planeta y para mí. Si te preocupa la crisis climática, el sufrimiento animal o la pérdida de lugares y especies salvajes, regístrate, participa y deja que Veganuary también te ayude".

UN CAMBIO DURADERO

Nuestra encuesta de seguimiento de los participantes de Veganuary 2021 reveló que seis meses después de completar su desafío vegano de un mes, el 82 % de los que no eran veganos cuando se inscribieron mantendrán en el futuro una reducción drástica en su consumo de productos animales. El treinta por ciento seguía comiendo una dieta completamente vegana; el 38% comía al menos un 75% menos de carne y otros productos animales que antes de Veganuary; y el 14% comía al menos un 50% menos.

¡También nos emocionó mucho ver que el 68 % reportó beneficios para la salud, que incluyen más energía, una mejor piel y un mejor estado de ánimo después de solo un mes de comer a base de plantas con nosotros!

VEGANUARY ALREDEDOR DEL MUNDO

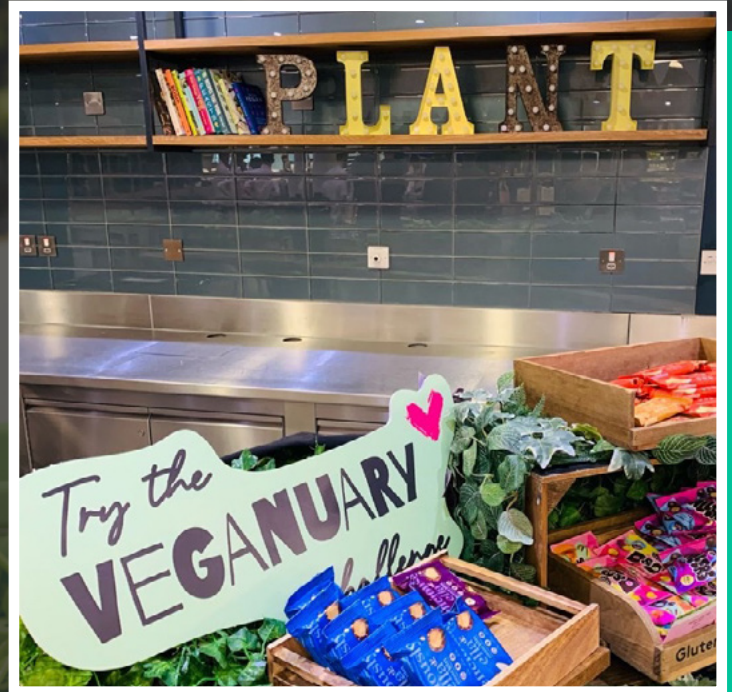


 Nuestros países

 Países asociados

DESAFÍO EN EL LUGAR DE TRABAJO

Más de 100 organizaciones en todo el mundo – incluidos Harrods, Aveda, Volkswagen Group UK, Superdrug, Sky, Adept Care Homes, Papa John's, PWC, Allianz Alemania, EY, M&S, Higgidy y Quorn – participaron en el Desafío en el Lugar de Trabajo de Veganuary durante la campaña de 2022, alentando a sus empleados a probar el veganismo en enero y brindando más opciones veganas en el lugar de trabajo.



Superdrug

JO MACKIE, DIRECTORA DE CLIENTES Y PERSONAS DE SUPERDRUG:

“En Superdrug, estábamos muy emocionados de apoyar el Desafío en el Lugar de Trabajo de Veganuary este año. Como empresa, nos preocupamos profundamente por nuestro compromiso continuo con iniciativas como Veganuary, nuestra oferta vegana y libre de crueldad, la estrategia de RSE y ser el lugar de referencia de farmacias con venta de productos veganos”.



STOFFEL THIJS, CEO DOMINO'S PIZZA ALEMANIA:

“En Domino's Alemania, todos los empleados de la oficina central en Hamburgo fueron invitados a probar una dieta vegana en enero, apoyados y motivados por un seminario web de Veganuary, así como por un grupo vegano en la intranet de Domino's, donde se compartió mucha información y todos los miembros compartían activamente sus platos veganos favoritos”.



PETER DEKKERS, VICEPRESIDENTE EJECUTIVO DE UNILEVER MIDDLE EUROPE:

"Las dietas basadas en plantas son mejores para nosotros y nuestro planeta. Esta convicción se refleja en nuestra cartera -Unilever tiene como objetivo aumentar las ventas de productos de origen vegetal a 1.000 millones de euros en los próximos años, un objetivo que también es compartido por nuestros empleados. Muchos, como yo, ya participaron con entusiasmo en el Desafío Veganuary el año pasado".



LIZ WILLIAMS, DIRECTORA GENERAL DE PAPA JOHN'S EN EL REINO UNIDO:

"2022 marca el primer año del Desafío en el Lugar de Trabajo en Papa John's y otro pequeño paso en nuestra misión Plant Love. A través de esta campaña global, nuestro objetivo es sembrar amor por las personas, el planeta y las comunidades a las que servimos y, al hacerlo, demostrar los beneficios de los alimentos de origen vegetal y cómo la naturaleza mejora muchos ingredientes de la pizza. El llamado para inscribirse en el desafío de 31 días de Veganuary se compartió con colegas en más de 45 países, muchos respondieron y recibieron apoyo durante enero y más allá con consejos útiles e inspiración para recetas basadas en plantas".



BARBARA DE LAERE, PRESIDENTA DE AVEDA GLOBAL BRAND:

"Aveda se fundó con una misión medioambiental, y todos los años establecemos una serie de objetivos para ayudarnos a reducir nuestro impacto en el planeta. Aunque anteriormente nuestro uso de ingredientes animales era muy limitado (es decir, cera de abejas), la transición a 100 % vegano en enero pasado fue importante para nosotros porque queremos facilitar la elección de los consumidores. Estábamos encantados de asociarnos con Veganuary nuevamente este año para el Desafío en el Lugar de Trabajo anual, ya que creemos que es una de las formas más efectivas en que podemos comprender nuestro impacto individual y recordarnos que examinemos nuestros artículos cotidianos, más allá de lo que está en nuestro plato, y de qué están hechos".



LA CAMPAÑA DIO QUE HABLAR

VEGANUARY ATRAPÓ LA ATENCIÓN DE LOS MEDIOS MUNDIALES UNA VEZ MÁS

MÁS DE 1,060 ARTÍCULOS EN MEDIOS

REINO UNIDO

Lo que incluye entrevistas en Sky News y Euronews, notas exclusivas en The Observer, Guardian y I News, así como más de 100 apariciones en medios de prensa de alcance nacional y 450 en medios regionales.

LATINO-AMÉRICA

MÁS DE 280 APARICIONES EN MEDIOS EN 11 PAÍSES

Lo que incluye una aparición en la cadena de televisión estatal de Chile, Televisión Nacional, el segundo periódico más grande de España, El Mundo y el periódico diario más grande de Brazil, Folha.

ESTADOS UNIDOS

MÁS DE 680 HISTORIAS EN MEDIOS

En la prensa estadounidense, incluyendo el Los Angeles Times, AdWeek, Today.com, Shape, InStyle y Cheddar News.

INDIA

MÁS DE 700 ARTÍCULOS EN PRENSA

Incluyendo los principales diarios nacionales como Times of India, Indian Express y Hindustan Times, así como 26 artículos seleccionados en publicaciones regionales y de estilo de vida como GQ India, Vogue India, Mint Lounge, Forbes India y Corteza Superior.

ALEMANIA
SUIZA,
AUSTRIA

MÁS DE 1,490 APARICIONES

Incluyendo entrevistas y reportajes, por ejemplo en el programa nacional de TV ARD Brisant y el programa regional de TV, HR, así como menciones en destacados medios como Spiegel Online, Stern Online, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, WirtschaftsWoche y Welt am Sonntag, y un show de cocina vegano con el popular chef de televisión Stefan Henssler en el canal de TV RTL.

Veganuary encargó encuestas con YouGov en el Reino Unido, EE. UU. e India este año para comprender más sobre las actitudes de las respectivas poblaciones hacia el abandono de los productos animales. Las encuestas revelaron que alrededor de un tercio de los británicos están interesados en volverse veganos; casi **un tercio de los estadounidenses planea comer más alimentos de origen vegetal/veganos en 2022; y un 65% de los indios planean comer más alimentos veganos este año.** La investigación apareció en innumerables artículos de los medios y llenó casi toda la página seis del periódico Observer en el Boxing Day.



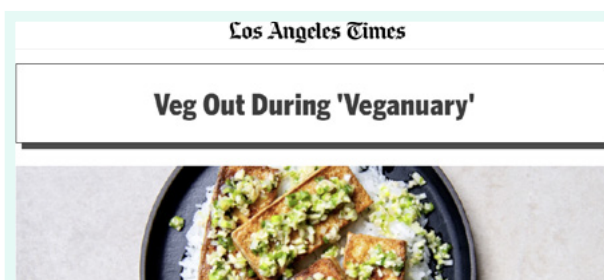
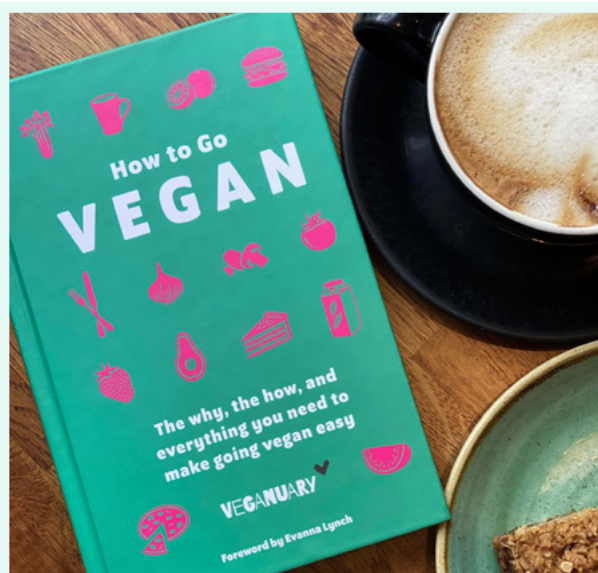
Veganuary fue la historia principal en **SKY NEWS** el 2 de enero y nuestra responsable de comunicaciones y Marketing, Toni Vernelli, fue entrevistada en directo sobre el creciente éxito de la campaña.

Para coincidir con el Día Mundial del Veganismo el 1 de noviembre, lanzamos una edición actualizada de nuestro libro más vendido "Cómo volverse vegano", que cubre todos los porqués y cómo de volverse vegano presentados en la forma amistosa y sin prejuicios característica de Veganuary. También incluye nuevas recetas y un prólogo de la actriz y embajadora de Veganuary, Evanna Lynch.

En Alemania, Veganuary encargó un estudio de precios al renombrado instituto IFPE (Instituto para una dieta basada en plantas), que pudo mostrar las ventajas de precio de las variantes veganas en comparación con los platos omnívoros típicos de los hogares y las mesas alemanas. Este estudio de costos fue publicado por primera vez exclusivamente por Stern Online, uno de los portales de noticias líderes en Alemania.



Incluso el **DAILY SHOW CON TREVOR NOAH** hizo referencia a Veganuary con su propia versión humorística de las dificultades de pronunciar el desafío y Noah compartió el video con sus millones de seguidores.



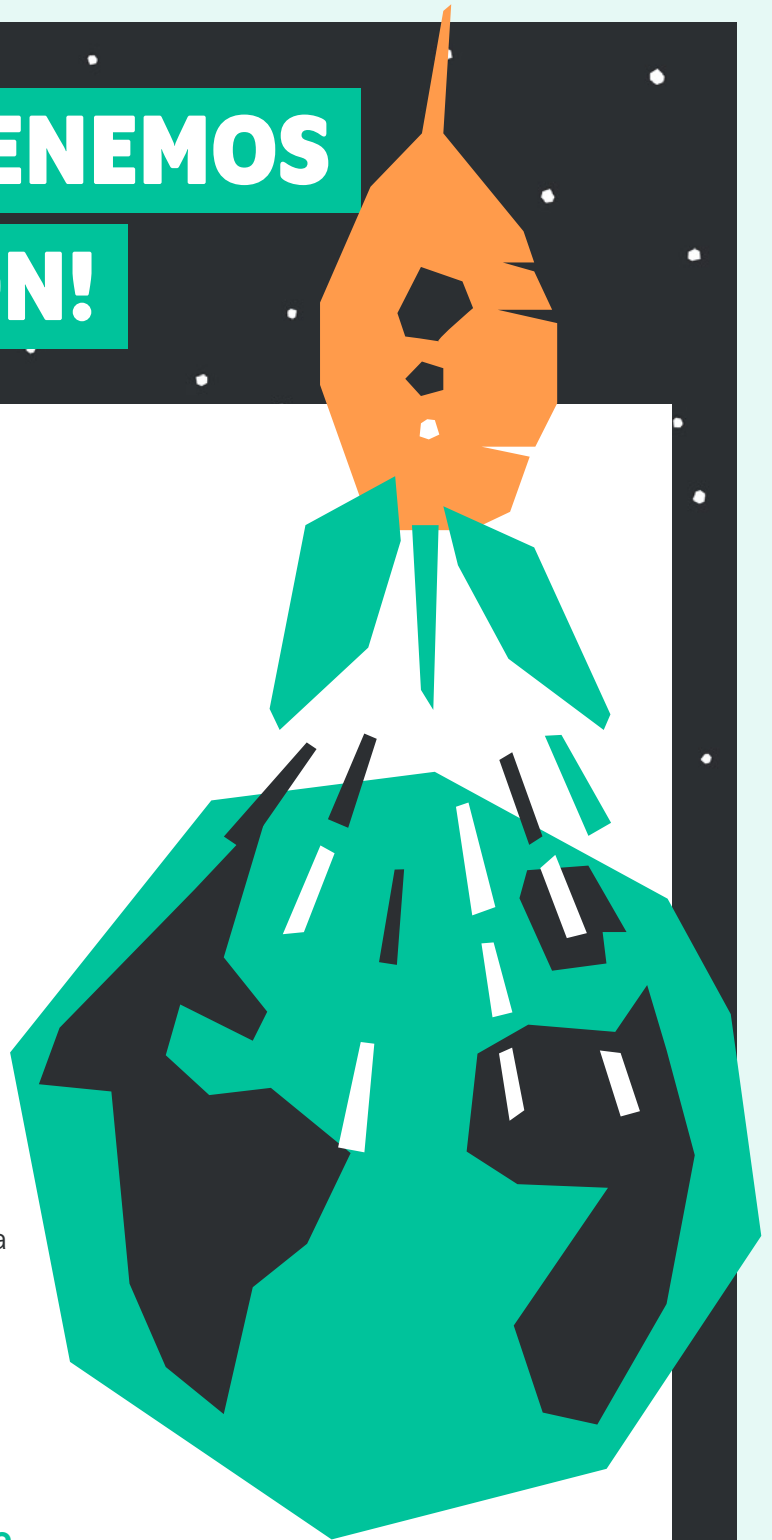
¡HOUSTON, TENEMOS UNA SOLUCIÓN!

En noviembre, publicamos anuncios que decían "Houston, tenemos una solución" en el transporte público y vallas publicitarias en todo Glasgow para enviar un mensaje a los líderes mundiales reunidos para la COP26. Los llamativos anuncios destacaron la solución simple ya disponible para ayudar a detener el caos climático: cambiar nuestras dietas.

Nuestro llamado fue respaldado por más de una docena de científicos y ambientalistas, entre ellos la científica espacial estadounidense Olympia LePoint; el ingeniero aeronáutico británico Vijay Singh; la astrónoma alemana Anna Frebel; el director científico de ClimateXchange de Escocia, el profesor Peter Smith; así como Chris Packham y Greenpeace Reino Unido, quienes firmaron una carta abierta que decía:

"¡Hacer frente a la crisis climática no es ciencia espacial! Ya tenemos una solución que puede reducir drásticamente las emisiones de gases de efecto invernadero: hacer el cambio hacia una dieta basada en plantas. Lo que necesitamos ahora es que los políticos y los encargados de formular políticas den prioridad al cambio de dieta para proteger nuestro planeta"

La campaña atrajo la atención de los medios de comunicación, incluidas 18 entrevistas de radio con nuestra Jefa de Comunicaciones junto con el Embajador de Veganuary, Dale Vince OBE, donde discutieron el impacto climático dañino de la agricultura animal y cómo Veganuary ayuda a las personas a realizar un cambio duradero en su dieta.



NUESTRO ANUNCIO DE CINE PROTAGONIZADO POR PIE GRANDE

Este año producimos nuestro primer anuncio de cine en el que Pie Grande, con la voz del actor nominado al Oscar James Cromwell, se inscribió en Veganuary para ayudar a reducir su huella de carbono. La animación se mostró en más de 500 cines en todo el Reino Unido, se transmitió en Hulu y NBC Universal en los EE. UU. y atrajo la atención de los medios por nuestras respectivas versiones en alemán, español y portugués. El anuncio también fue visto más de 500 000 veces solo en los canales de redes sociales de Veganuary.

LA HISTORIA

Viviendo solo en el bosque, apenas visto por nadie, Pie Grande se siente desconectado del mundo y de las escenas de caos climático que ve en las redes sociales. Pero cuando su mejor amigo Muñeco de Nieve se derrite, Pie Grande se da cuenta de que Sí está conectado con el resto del mundo y debe poner su granito de arena para salvarlo. Así que decide cambiar su dieta con la ayuda de Veganuary.



JAMES CROMWELL, ACTOR Y ESTRELLA DE "SUCCESION", "SIX FEET UNDER" Y LA CLÁSICA PELÍCULA DE NAVIDAD, "BABE":

*"Hazle un favor al planeta y a ti mismo.
Acepta el desafío de Veganuary.
Marca la diferencia con poco o ningún esfuerzo."*



“¡TOMA LA ACCIÓN CLIMÁTICA EN TUS PROPIAS MANOS!”

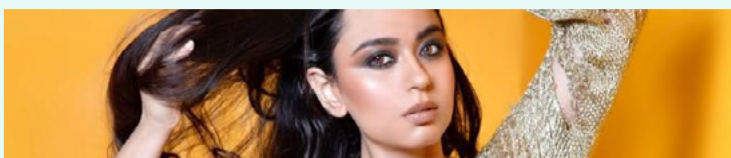
CIENTOS DE CELEBRIDADES E INFLUENCERS AYUDARON A DIFUNDIR EL MENSAJE

Los patrocinadores internacionales de Veganuary continuaron creciendo con Joanna Lumley, Benjamin Zephaniah, el alcalde de Nueva York Eric Adams, el chef de renombre mundial Matthew Kenney (quien recientemente abrió Adesse en Selfridges) y Deborah Meaden de Dragons Den's uniéndose a la campaña 2022. Venus Williams, Jane Goodall, Sadie Frost, Bella Ramsey y Bryan Adams donaron sus recetas veganas favoritas al libro de cocina 2022 de Veganuary que reciben todos los participantes.



BENJAMIN ZEPHANIAH, ESCRITOR Y POETA:

“Originalmente me hice vegano a la edad de 13 años debido a mi amor por los animales. El mundo ahora sabe que el veganismo es el camino a seguir. Es lo único que todos podemos hacer para ayudar a sanar al mundo y a nosotros mismos. Veganuary es una excelente manera de comenzar el año y también es una excelente manera de comenzar el futuro”.



SOUNDARYA SHARMA, ACTRIZ DE BOLLYWOOD:

“El compromiso de 31 días de Veganuary te ayuda a hacer una transición sin problemas a una dieta basada en plantas por tu salud, por los animales y por el planeta. Me siento muy orgullosa y privilegiada de haber estado con Veganuary desde su lanzamiento oficial en India y espero que hagamos que el estilo de vida vegano saludable sea aún más popular en nuestro país”.



JOANNA LUMLEY, ACTRIZ:

“La misión de Veganuary es hacer del mundo un lugar más amable, seguro, feliz para todos, lo que hace de esta campaña de Veganuary completamente irresistible. Me impresiona cada persona que participa por el clima, nuestros ríos y océanos, bosques y lugares salvajes, los animales y la gente. Son todos unos ángeles.”



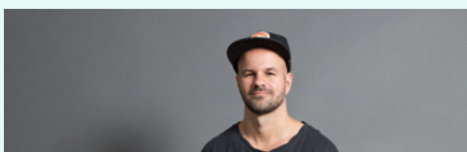
**LAKER DE LOS ANGELES,
DEANDRE JORDAN:**

“Lo que pones en tu cuerpo tiene un gran impacto en tu bienestar general. Por suerte, comer a base de plantas es mucho más sencillo de lo que la gente piensa. Descúbrelo por ti mismo este enero”.



**CAMILA MUSANTE, DIPUTADA
CHILENA Y PARTICIPANTE
DE VEGANUARY:**

“Veganuary fue una experiencia extremadamente valiosa que me hizo adquirir mucha más conciencia no solo sobre los alimentos que comemos, sino también sobre el respeto hacia los animales no humanos en todos los sentidos”.



**ANDRÉ CARVALHAL,
ESCRITOR BRASILEÑO
Y PARTICIPANTE DE
VEGANUARY:**

“Para mí era muy importante participar. Durante este tiempo, no solo aprendí consejos sobre cómo cambiar mi dieta y recetas maravillosas que nunca podría imaginar, sino que principalmente me sentí parte de una poderosa red de personas que quieren cambiar el mundo desde sus platos”.

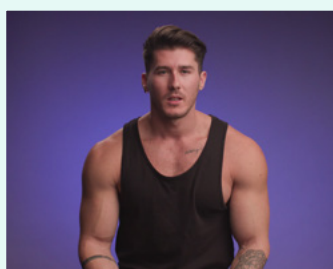


**DR ECKART VON HIRSCHHAUSEN
(PHYSICIAN, COMEDIAN AND FOUNDER
OF THE GERMAN FOUNDATION GESUNDE ERDE
– GESUNDE MENSCHEN):**

“Siendo médico y fanático de la ‘dieta de salud planetaria’, sé que podríamos prevenir 150 000 muertes en Alemania cada año con solo adoptar una dieta basada en plantas. Entonces, comer menos carne es un verdadero sacrificio, pero solo en términos de sacrificar mi riesgo de ataques cardíacos y accidentes cerebrovasculares. Eso es algo de lo que todos pueden prescindir felizmente, ¿verdad?

El consumo excesivo de carne no solo nos enferma, también destruye nuestro medio ambiente y nuestro clima. Mi equipo en la fundación Gesunde Erde - Gesunde Menschen (‘Tierra Saludable - Gente Saludable’) y yo estamos felices de participar en Veganuary. Porque si te preguntas “¿Qué puedo hacer yo para proteger el clima?” entonces comer menos carne es un muy buen comienzo”.

Como parte de Veganuary 2022, los atletas de todo el mundo compartieron los beneficios que ha tenido ser vegano en su fuerza, resistencia y bienestar general. Para motivar a las personas a probar el veganismo a partir de enero, el ultraatleta Rich Roll, el fisicoculturista Nimai Delgado y el boxeador olímpico Cheavon Clarke aparecieron en una serie de videos digitales creados por Veganuary.



NOS TOMAMOS LAS CALLES

CIENTOS DE VALLAS PUBLICITARIAS, CARTELES Y PANCARTAS HICIERON QUE ESTE AÑO EL VEGANISMO NO PASARÁ DESAPERCIBIDO EN NINGÚN SITIO.



Nuestras vallas publicitarias en 60 paradas de autobús y zonas muy frecuentadas de **SANTIAGO DE CHILE** crearon conciencia sobre el vínculo entre el cambio climático y una dieta rica en productos animales, y alentó a las personas a proteger el planeta con sus tenedores.



LA MARCA ALEMANA RÜGENWALDER MÜHLE

pidió a la gente que se uniera a Veganuary a través de campañas en espacios públicos.



En **ARGENTINA** nuestros anuncios en el metro alentaron a miles de personas a probar una dieta basada en plantas para enero.



La empresa de entrega de alimentos **DELIVEROO** presentó estas vallas publicitarias para promocionar su campaña con temática Veganuary en el Reino Unido este año.



ROSSMANN, una de las cadenas de comercio más grandes de Europa, promocionó su campaña Veganuary y sus nuevos productos veganos, además de participar en el Desafío en el Lugar de Trabajo



Nuestra provocadora proyección de luz en las calles de **BUENOS AIRES** capturó las miradas de las personas.



No podíamos faltar en **ALEMANIA** donde docenas de vallas publicitarias animaron a los transeúntes de cinco de sus principales ciudades a unirse a Veganuary. De norte a sur y de este a oeste— Berlín, Hamburgo, Leipzig, Colonia y Múnich se adornaron con los colores vivos de Veganuary.

COMPROMISO CORPORATIVO EN REINO UNIDO

Solo en el Reino Unido, se lanzaron más de 770 nuevos productos veganos y opciones de menú con motivo de Veganuary en enero de 2022. **Entre lo más destacado se encuentran las versiones veganas de queso crema Babybel y Philidelphia; tres nuevas donas veganas de Krispy Kreme; nuevas ofertas veganas en McDonald's, Burger King, KFC y Nando's; nuevas pizzas veganas en Domino's, Papa John's, Pizza Hut y Pizza Express; pescado y papas fritas veganos en Wagamama; y nuevos sándwiches veganos en Costa, Starbucks y Caffè Nero** – con Starbucks también eliminando su recargo en las leches vegetales de forma permanente.

También vimos lanzamientos de nuevos productos de grandes marcas como Cadbury, Marks & Spencer y Lindt, así como increíbles campañas de marketing de empresas como Deliveroo, THISTM y Meatless Farm.

El logotipo de Veganuary se pudo ver en envases, anuncios en línea y artículos de revistas durante el año. Marcas que nos apoyaron, minoristas y restaurantes como Zizzi, Hotel Chocolat y Asda utilizaron nuestro logotipo en sus puntos de venta en tiendas y en campañas publicitarias.

316 LANZAMIENTOS DE NUEVAS OPCIONES DE MENÚ VEGANAS

458 LANZAMIENTOS DE NUEVOS PRODUCTOS VEGANOS

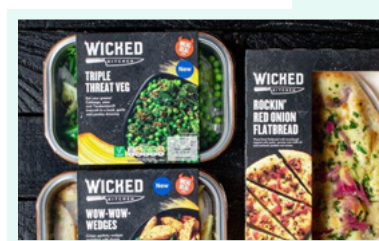
66 EMPRESAS SE SUMARON A LA CAMPAÑA DE VEGANUARY

Nuestros patrocinadores oficiales en el Reino Unido este año incluyeron Violife, Wicked Kitchen, Beyond Meat, Caldero, VFC, Pacífica y Aveda.

El patrocinador británico Violife lanzó una campaña 'Cambia tu queso' para Veganuary, que alentó a las personas a cambiar el queso lácteo por sus alternativas de origen vegetal para reducir su impacto en el clima.

Nuestro patrocinador global, Wicked Kitchen, lanzó una oferta Meal Deal de £8 para dos personas en Tesco este enero. **El supermercado le dio crédito a Veganuary por su auge de ventas a base de plantas, que ha hecho que la demanda se duplique.**

Beyond Meat comenzó el año con fuerza, colaborando con varios restaurantes este enero, incluidos BrewDog, Yard Sale Pizza y Oowee. Sin embargo, su mayor lanzamiento fue McPlant, que ahora está disponible en 1300 McDonald's en todo el Reino Unido.





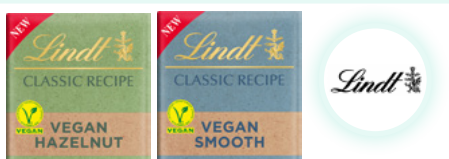
MCPLANT DE MCDONALD'S

Después de una prueba exitosa, McPlant se lanzó a nivel nacional en enero. La hamburguesa vegana es una colaboración con el patrocinador oficial de Veganuary, Beyond Meat.



CADBURY

Las barras Plant Bar y Plant Bar with Salted Caramel se lanzaron en octubre y se expandieron en todo el país en enero.



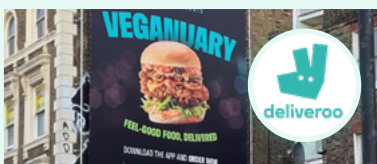
LINDT

Las barras de chocolate Vegan Smooth y Vegan Hazelnut se lanzaron en enero y Lindt UK también participó en el Desafío en el Lugar de Trabajo.



ALDI

Lanzó 40 productos nuevos para enero (incluido su "queso" curado de marca propia) y experimentó un aumento del 500% en las ventas con respecto a enero pasado.



DELIVEROO

Vieron un aumento del 117 % en los pedidos basados en plantas durante Veganuary 2022 en comparación con Veganuary 2021.



BABYBEL

Una versión vegana del queso de cocktail fue lanzada en enero.



STARBUCKS

Ofreció nuevas opciones a base de plantas durante enero y anunció que ya no realizarían un cobro adicional por la leche vegetal.



WAGAMAMA

Su colaboración con OmniFoods hizo que su especial Veganuary, de pescado y papas fritas, se convirtiera en el plato principal vegano número 1 de Deliveroo.



THE QUEEN INN, GALES DEL SUR

Este pub rural se volvió completamente vegano en enero y tuvo un mes tan exitoso que decidieron permanecer 100 % veganos de forma permanente, lo que despertó el interés de las redes sociales en todo el país.

COMPROMISO CORPORATIVO EN ALEMANIA

Más de 426 marcas, restaurantes y minoristas promocionaron Veganuary con lanzamientos de productos, nuevas opciones de menú, promociones en tienda, campañas de marketing digital y especiales de Veganuary como podcasts y ediciones de revistas para consumidores. Los platos y opciones de Veganuary no solo se pudieron encontrar en las cadenas de restaurantes más populares de todo el país, pues al menos ocho importantes empresas del rubro gastronómico y alimentario también participaron en Veganuary por primera vez.

**307
LANZAMIENTOS
DE PRODUCTOS
VEGANOS**

**301
LANZAMIENTOS
DE NUEVAS
OPCIONES DE
MENÚ VEGANO**

**426 EMPRESAS
SE SUMARON
A LA CAMPAÑA
DE VEGANUARY**



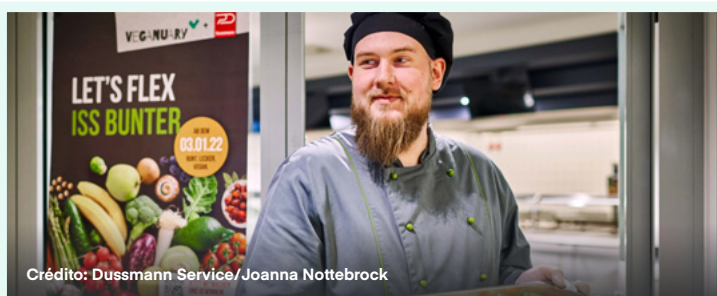
BURGER KING

Lanzó el nuevo Long Curry a base de plantas exclusivamente por Veganuary.



SUBWAY

Su fajita de pollo sin carne llegó al mercado en enero.



Crédito: Dussmann Service/Joanna Nottebrock

Empresas de servicios de alimentación y catering como

**ARAMARK, DUSSMANN, EUREST,
TRANSGOURMET, SV GROUP, KLÜH,
KRUSCHINA Y UNILEVER FOOD SOLUTIONS**

lanzaron cientos de nuevas opciones de menú vegano que estuvieron disponibles para miles de empleados en comedores de oficinas y espacios de trabajo en toda Alemania, Austria y Suiza.

BJÖRN KUSE, DIRECTOR GENERAL DACH EN HELLOFRESH:



El servicio de kit de comida HelloFresh, que promocionó las opciones de menú vegano como platos de Veganuary por primera vez, vio a la gente adoptar la alimentación vegana a principios de año: "31 % de nuestros kits de comida pedidos en la primera semana de enero contenían al menos un plato vegano". ¡Esto es increíble! Nuestras recetas de Veganuary, y muchas opciones veganas adicionales, se convertirán en una parte integral de nuestro menú en el futuro".



LIEFERANDO

Se asoció con Taste & Soul y lanzó el exclusivo Jimi Orange Bowl creado por la celebridad alemana y participante de Veganuary Jimi Blue Ochsenknecht.

SILKE KRÜGER, DIRECTORA DE MARCA EN DOMINO'S PIZZA ALEMANIA:

"¡La pizza 'Las Vega', nuestra pizza vegana de salami lanzada a principios de enero, ha superado hasta ahora todas las expectativas! Hemos recibido comentarios abrumadoramente positivos de la comunidad, y la pizza incluso se vende el doble de lo esperado".



RÜGENWALDER MÜHLE

Promovió su línea de productos veganos con un clip conmovedor para Veganuary 2022



RÜCKER / VEGALECKER

Insa Rücker, copropietaria de la empresa láctea Rücker participó de Veganuary promoviendo la línea de productos VegaLecker en tiendas.



DOMINO'S PIZZA GERMANY

Agregó una nueva pizza vegana a su menú.

LAURA KRISTIN KAISER, GERENTE DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA/ GARANTÍA DE CALIDAD ALEMANIA EN ALDI NORD:

"Aldi ha estado apoyando a Veganuary desde su estreno en Alemania en 2020: la iniciativa crece cada año y fue un gran éxito nuevamente en 2022".

DR. ANNETT WERNY, GERENTE DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA EN ALDI SÜD:

"Hemos podido duplicar nuestra gama de productos de origen vegetal en comparación con 2019".



KATJES

Anunciaron sus emocionantes noticias de "vegetariano se vuelve vegano" con la influencer Bonnie Strange. La marca de confitería alemana se esforzará por veganizar la mayoría de sus productos a lo largo de 2022.



EDEKA, ALDI, LIDL, KAUFLAND, REWE Y PENNY

Todos los minoristas y grupos minoristas más grandes de Alemania formaron parte de Veganuary, lanzaron muchas opciones nuevas y se centraron en promover sus crecientes gamas de productos veganos.

COMPROMISO CORPORATIVO EN ESTADOS UNIDOS

Al menos 251 marcas, restaurantes y minoristas promocionaron Veganuary en Estados Unidos con lanzamientos de productos, nuevas opciones de menú, promociones en tiendas y campañas de marketing digital. Los productos y promociones especiales por Veganuary se pudieron encontrar en las cadenas de restaurantes más populares de todo el país durante enero. Además de contar con el apoyo de nuestros patrocinadores globales, la campaña estadounidense fue patrocinada tanto por Violife como por Miyoko's.

**20
LANZAMIENTOS
DE NUEVOS
PRODUCTOS
VEGANOS**

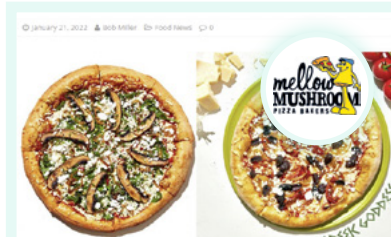
**96
LANZAMIENTOS
DE NUEVAS
OPCIONES
DE MENÚ
VEGANO**

**251 EMPRESAS
SE SUMARON
A LA CAMPAÑA
DE VEGANUARY**



"Veganuary fue una campaña extremadamente exitosa que trajo conciencia sobre el sushi vegano y permitió a los clientes probar nuevas opciones de mariscos a base de plantas que presentamos, incluido nuestros anticipados camarones veganos."

NESTOR REBOLLEDO, CHEF CORPORATIVO EN BLUE SUSHI SAKE GRILL



MELLOW MUSHROOM

Se unió a Follow Your Heart y Spork Foods para lanzar dos nuevas pizzas veganas – la 'Miss Mushroom' y la 'Diosa griega' – en sus más de 200 ubicaciones con motivo de Veganuary.



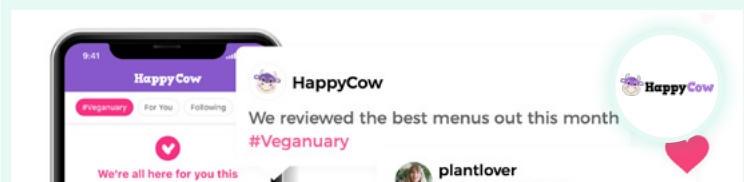
JUST SALAD

Utilizó el logo de Veganuary de forma prominente en sus carteles de menú, invitando a sus clientes a probar opciones a base de plantas.



INSOMNIA COOKIES

La popular cadena de galletas lanzó dos nuevas galletas veganas en honor a Veganuary y las promocionó a los clientes a través de exhibidores en las tiendas.



HAPPYCOW

El mapa de negocios veganos más grande del mundo agregó un feed dedicado #Veganuary en su aplicación y sitio web con motivo de Veganuary 2022. ¡También alentaron a los usuarios a hacer el compromiso, lo que generó más de 1,000 registros!



POKEWORKS

Se asoció con OmniFoods, creadores de OmniPork, para reimaginar su Garlic Spam Musubi, un favorito de siempre, como una opción vegana.

NICOLE TOWNER, BRAND MANAGER, MAGNUM ICE CREAM U.S.:



"Magnum está emocionado de unirse al movimiento Veganuary porque creemos que todos deberían ser libres de disfrutar del estilo de vida que elijan y eso, por supuesto, incluye los deliciosos helados de chocolate. Estamos lanzando continuamente nuevas ofertas no lácteas que permitan a todos experimentar la decadencia del helado Magnum."

DAN HUA, VP DE MARKETING DE DAIYA FOOD:



"Veganuary 2022 fue una forma encantadora de comenzar el Año Nuevo para nosotros aquí en Daiya. Lanzamos nuestro nuevo Mac & Cheese y el nuevo sabor Roasted Garlic & Herb Cream Cheese, presentamos nuestras ofertas de servicio de alimentos y nuestra asociación continua con FAT Brands en BuzzFeed y, para nuestra sorpresa, ¡aparecimos orgánicamente en el Tonight Show de Jimmy Fallon! Sin embargo, ¿el verdadero punto culminante? Al ver a uno de nuestros nuevos seguidores de Instagram comentar que estábamos haciendo su 'transición al veganismo mucho más fácil', el epítome de cualquier campaña de Veganuary, ¿no le parece?"

COMPROMISO CORPORATIVO EN LATINOAMÉRICA

Nuestro equipo en América Latina logró reunir a 127 empresas y marcas de 13 países (que abarcan América Latina, España y Portugal) para que se unieran a Veganuary. Por primera vez participaron tres grandes supermercados: Jumbo en Chile, Lidl en España y Walmart en Argentina. Todos ellos lanzaron exitosas promociones y ofertas especiales durante Veganuary 2022, lo que indica aumentos sustanciales en las ventas de productos veganos. Subway, Starbucks y Aldi fueron otras empresas importantes que formaron parte del éxito de Veganuary.

5 NUEVAS OPCIONES VEGANAS DE MENÚ

12 LANZAMIENTOS DE NUEVOS PRODUCTOS VEGANOS

127 EMPRESAS SE SUMARON A LA CAMPAÑA



SUBWAY, ESPAÑA

La famosa cadena de comida rápida dijo: "Con el nuevo queso vegano y nuestra alianza con Veganuary queremos promover un estilo de vida saludable para las personas respetando el medio ambiente".



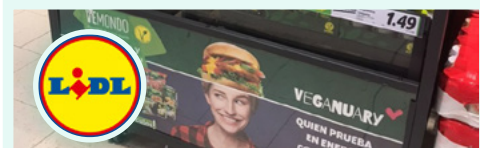
WALMART, ARGENTINA

La empresa de renombre mundial promocionó su catálogo de productos a base de plantas en Argentina a través de una campaña de descuentos para Veganuary.



JUMBO, CHILE

Uno de los principales supermercados del país lanzó una serie de ofertas de productos veganos en su sitio web para Veganuary y vio un aumento significativo en las ventas durante enero.



LIDL, ESPAÑA

Una de las principales cadenas de supermercados de descuentos del país lanzó promociones especiales para Veganuary con grandes anuncios de nuestra campaña en sus anaqueles.

COMPROMISO CORPORATIVO EN LA INDIA

El equipo de la India logró incorporar a 50 empresas a la campaña inaugural de Veganuary en el país. Se introdujeron un total de 40 ofertas especiales y se lanzaron 10 nuevos productos especialmente para Veganuary. Las principales empresas cárnicas a base de plantas de la India, GoodDot y Blue Tribe Foods, se unieron a Veganuary con nuevos productos y descuentos. Todas las empresas promocionaron activamente Veganuary y sus ofertas en las redes sociales, usándolo como una oportunidad de marketing única.

La participación corporativa de Veganuary se cubrió en más de 200 artículos de noticias e incluyó publicaciones en medios líderes como Mint Lounge, The Print, Business Standard y New Indian Express

2 NUEVAS OPCIONES VEGANAS DE MENÚ

10 LANZAMIENTOS DE NUEVOS PRODUCTOS VEGANOS

50 EMPRESAS SE SUMARON A LA CAMPAÑA

"GoodDot se enorgullece de trabajar con Veganuary para alentar a las personas a intentar volverse veganas este enero. Veganuary es una gran manera de alentar a las personas a que descubran que ser vegano es muy fácil en estos días y que todos pueden contribuir a un planeta mejor haciéndose veganos".



GOOD DOT



SANTE SPA

La popular cadena de restaurantes lanzó su exclusiva tabla vegana que incluye entradas, platos principales y postres.



BODHI GREENS CAFE

Lanzó un biryani de cordero a base de plantas.

Why

VEGANUARY22

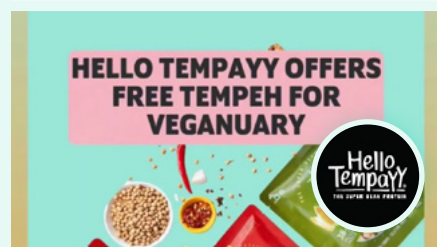


ALT FOODS

Presentó sus nuevas leches vegetales para Veganuary 2022 y dijo: "Veganuary absolutamente ha hecho que sea mucho más fácil para las personas ser más conscientes y probar productos veganos. A través de nuestra misión de crear alternativas de gran sabor, Alt Foods espera continuar apoyando el viaje de las personas que buscan una mejor dieta para ellos y el planeta. MUCHAS gracias a todo el equipo de Veganuary por ayudar a que esto sea un gran éxito para las comidas alternativas".

HELLO TEMPAYY

Que lanzó ofertas especiales para Veganuary, dijo: "Veganuary ha sido un gran éxito en India este año y estamos encantados de ser parte de él. Nuestra misión es ofrecer alimentos sabrosos, versátiles y nutritivos en todas las cocinas, lo cual es fundamental para ofrecer la opción que los consumidores indios buscan cada vez más".



NUESTROS SOCIOS PARA VEGANUARY 2022

Trabajamos con 14 organizaciones asociadas oficiales en todo el mundo para lanzar o ampliar el movimiento Veganuary. Gracias a sus increíbles esfuerzos, pudimos extender el alcance y el impacto de la campaña a seis continentes.



SUIZA

Nuestra organización asociada Vegane Gesellschaft Schweiz realizó una exitosa campaña publicitaria con carteles clásicos y digitales, incluidos carteles colgantes en autobuses y tranvías en cinco ciudades suizas importantes. Lograron una amplia atención de los medios a través de las activaciones de su campaña con más de 60 artículos en los medios en Suiza.

Se lanzaron más de 100 nuevos productos veganos gracias al material de compromiso corporativo de campaña de Vegane Gesellschaft Schweiz y Coop, uno de los minoristas más grandes de Suiza, publicó una revista de temática Veganuary de 80 páginas que se distribuyó en alrededor de 2,5 millones de hogares en todo el país.

Alrededor de 850 restaurantes, comedores y cafeterías en Suiza crearon y ofrecieron menús veganos especiales, incluidas empresas importantes como el Grupo SV, las empresas ZFV, los restaurantes Coop e IKEA.

FRANCIA

Nuestra organización asociada L214 trajo Veganuary a Francia por segundo año, ¡con logros sobresalientes! Más de 80 empresas participaron en Veganuary en Francia a las que se sumaron nombres tan conocidos como Starbucks, Alpro y Carrefour, así como una gran variedad de pequeños restaurantes y marcas locales.

Veganuary también se promocionó al público francés con una campaña publicitaria en París y a través de publicidad en los reconocidos diarios Le Parisien y Les Echos, y se publicaron más de 100 artículos en los medios sobre el desafío.



SUDÁFRICA

ProVeg South Africa se comprometió con docenas de empresas como parte de sus activaciones de Veganuary, con el lanzamiento de 98 nuevas opciones de menú vegano, el lanzamiento de dos nuevos restaurantes totalmente veganos en enero y el lanzamiento de 44 nuevos productos veganos asociados con Veganuary. También organizaron nueve cenas veganas físicas en colaboración con influencers, con menús especiales en dos provincias.



l'Adige.it

Salute / Alimenti

Non è mai troppo tardi per diventare vegani: siamo in "Veganuary", il mese della prova

In Italia cresce il pubblico disponibile a consumare meno carne e pesce: fra chi ha fatto la scelta «radicale» e chi l'ha provata almeno una volta, ed è boom dei ristoranti vegan

#Veganuary #Dieta Vegana #Vegan



ITALIA

¡La organización italiana de protección de animales Essere Animali logró que su campaña Veganuary 2022 fuera tan exitosa que terminaron entre los cinco países con más inscritos en Veganuary! También contaron con 45 empresas que se unieron a la campaña en Italia este año, entre ellas tres cadenas de supermercados. Han logrado crear un gran revuelo en las redes sociales y en los medios este año, convirtiendo a Veganuary en un fenómeno muy conocido entre la población italiana.

¡Muchas gracias a todas nuestras maravillosas organizaciones asociadas por hacer que el movimiento Veganuary sea verdaderamente internacional e impulsar un progreso increíble para los animales!

**QUERIDOS AMIGOS Y
PERSONAS QUE NOS
APOYAN, GRACIAS POR
CREEN EN VEGANUARY
Y AYUDAR A QUE
TODO ESTE PROGRESO
SEA POSIBLE**

Veganuary es una organización
benéfica registrada en Inglaterra y
Gales (1168566).

Veganuary
PO Box 771
York, YO1 0LJ
Reino Unido

infoes@veganuary.com

VEGANUARY 