

VEGANUARY 2024

REPORTE DE CAMPAÑA



CONTENIDOS

Prólogo	01
La campaña 2024 en cifras	02
Quiénes somos y cómo marcamos la diferencia	04
Veganuary en América Latina	05
Veganuary más presente que nunca en América Latina	05
Veganuary en los medios de comunicación de América Latina	06
Las empresas latinoamericanas apoyan Veganuary	07
El efecto Veganuary a largo plazo en Latinoamérica	09
Nuevos menús y productos veganos se quedan en la carta	09
Por primera vez, una municipalidad se une al Desafío en el Lugar de Trabajo en América Latina	10
Veganuary en Estados Unidos	11
Un gran puntapié para ser visto por el mundo	11
Veganuary se celebra a escala nacional	12
Participación de grandes y pequeñas empresas	13
Veganuary en el Reino Unido	14
¡Veganuary celebra su 10º aniversario a lo grande!	14
Las empresas británicas siguen apoyando a Veganuary	15
¡Grandes victorias para las marcas este Veganuary!	16
El Desafío en el Lugar de Trabajo registra un récord de participación en el Reino Unido	17
Veganuary en Alemania	18
La fiebre por el veganismo en Alemania alcanza nuevos récords	18
El veganismo encabeza la agenda mediática en Alemania	19
¡Más empresas que nunca se suman a la iniciativa de Veganuary en Alemania!	20
Veganuary en España	22
¡Veganuary ha aterrizado en España!	22
El revuelo mediático en España	23
Aumentamos nuestra influencia mundial	24
Veganuary en el mundo	25
¡GRACIAS!	28



PRÓLOGO

Queridas y queridos colaboradores y amigos,

Soy vegana desde hace más de una década y aún recuerdo los días en que la palabra "vegano" era desconocida o estaba mal vista, cuando la única opción vegana en los restaurantes era la ensalada y los supermercados no tenían ni una sola alternativa a la leche de vaca en sus estanterías.

Diez años después de que nuestros fundadores Jane Land y Matthew Glover comenzaran Veganuary en la mesa de su cocina en York, Reino Unido, el mundo es ahora un lugar diferente. Y mientras algunos medios de comunicación británicos han optado por titulares sensacionalistas cuestionando si el "boom" vegano ha estallado, en enero de 2024 fuimos testigos de otra aceptación masiva de la campaña mundial Veganuary.

El veganismo no solo se ha convertido en la corriente dominante en varios de nuestros países objetivo (Reino Unido y Alemania), sino que la alimentación basada en plantas se ha normalizado tanto en muchos países que la gente a menudo participa en Veganuary simplemente comiendo vegano durante el mes de enero, sin necesidad de recibir orientación y consejos diarios a través de nuestro correo electrónico o series de videos.

Para captar el mayor número de personas que adoptan un cambio dietético positivo, encargamos encuestas a YouGov en varios de los países principales de nuestra campaña para establecer el porcentaje de personas que afirman participar en Veganuary durante enero de 2024. Basándonos en estos resultados y en las estimaciones de población actuales de cada país, **hemos calculado que aproximadamente 25 millones de personas en todo el mundo decidieron probar el veganismo este mes de enero.**

Mi corazón se alegra cuando pienso en cuántas vidas de animales se han salvado, además del impacto positivo en el medio ambiente y la salud. Sabemos que muchos de nuestros antiguos participantes afirman seguir una dieta vegana o reducir el consumo de productos animales en el futuro, lo que multiplica aún más el impacto positivo en el mundo.

Este año, el movimiento Veganuary ha tenido un alcance mundial mayor que nunca. Iniciamos un nuevo capítulo en España y nos asociamos con otras dos organizaciones en Grecia y Austria, llevando a 16 el número total de países con campañas activas de Veganuary. Nuestra presencia en las redes sociales también ha seguido creciendo en todo el mundo y nuestra cobertura de prensa ha alcanzado un máximo histórico.

Y mientras el interés por probar el veganismo durante un mes crece globalmente cada año, también lo hacen nuestras colaboraciones con supermercados, restaurantes, cafeterías, universidades y otras instituciones que se unen y aumentan su oferta basada en vegetales o animan a sus trabajadores a participar. Nuestro objetivo es hacer que el veganismo sea lo más omnipresente y generalizado posible durante el mes de enero y garantizar una amplia gama de deliciosas opciones para todos los que estén dispuestos a probarlo.

Este año se han unido cientos, si no miles, de empresas en todas nuestras regiones principales y hemos fomentado el lanzamiento de productos veganos en todo el mundo. Algunos puntos destacados incluyen Hard Rock Cafe lanzando un menú vegano en todos sus locales alrededor del mundo con actividades en varios países promoviendo este lanzamiento; más de 115 empresas uniéndose al Desafío en el Lugar de Trabajo en el Reino Unido, incluyendo Ernst & Young, Salesforce, DocuSign y Just Eat; y el gigante alemán de servicios de comida Dussmann sirviendo nuevos platos veganos en lugares de trabajo llegando a más de 16 millones de personas diariamente.

Este informe es para ti: gracias por creer en nuestra misión compartida y por tu apoyo continuo. Nunca podríamos haber hecho esto solos. Juntos y juntas defendemos un mundo más compasivo y amable para todas y todos.



Con gratitud,

**Ria Rehberg
CEO, VEGANUARY**

LA CAMPAÑA 2024 EN CIFRAS



25 MILLONES DE PERSONAS EN TODO EL MUNDO

probaron el veganismo durante enero de 2024 (basado en encuestas de YouGov y datos de población en nuestros principales países)

102 MILLONES
FUE EL ALCANCE
INTERNACIONAL
en redes sociales



1,8 MILLONES DE PERSONAS EN TODO EL MUNDO

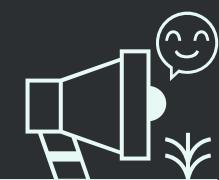
recibieron nuestros recursos y apoyo a través de correos electrónicos, redes sociales, nuestro podcast y nuestro canal de YouTube.



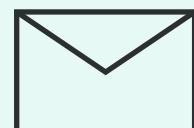
MÁS DE 10.000
NOTAS DE PRENSA
EN LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN
sobre Veganuary en todo el mundo.



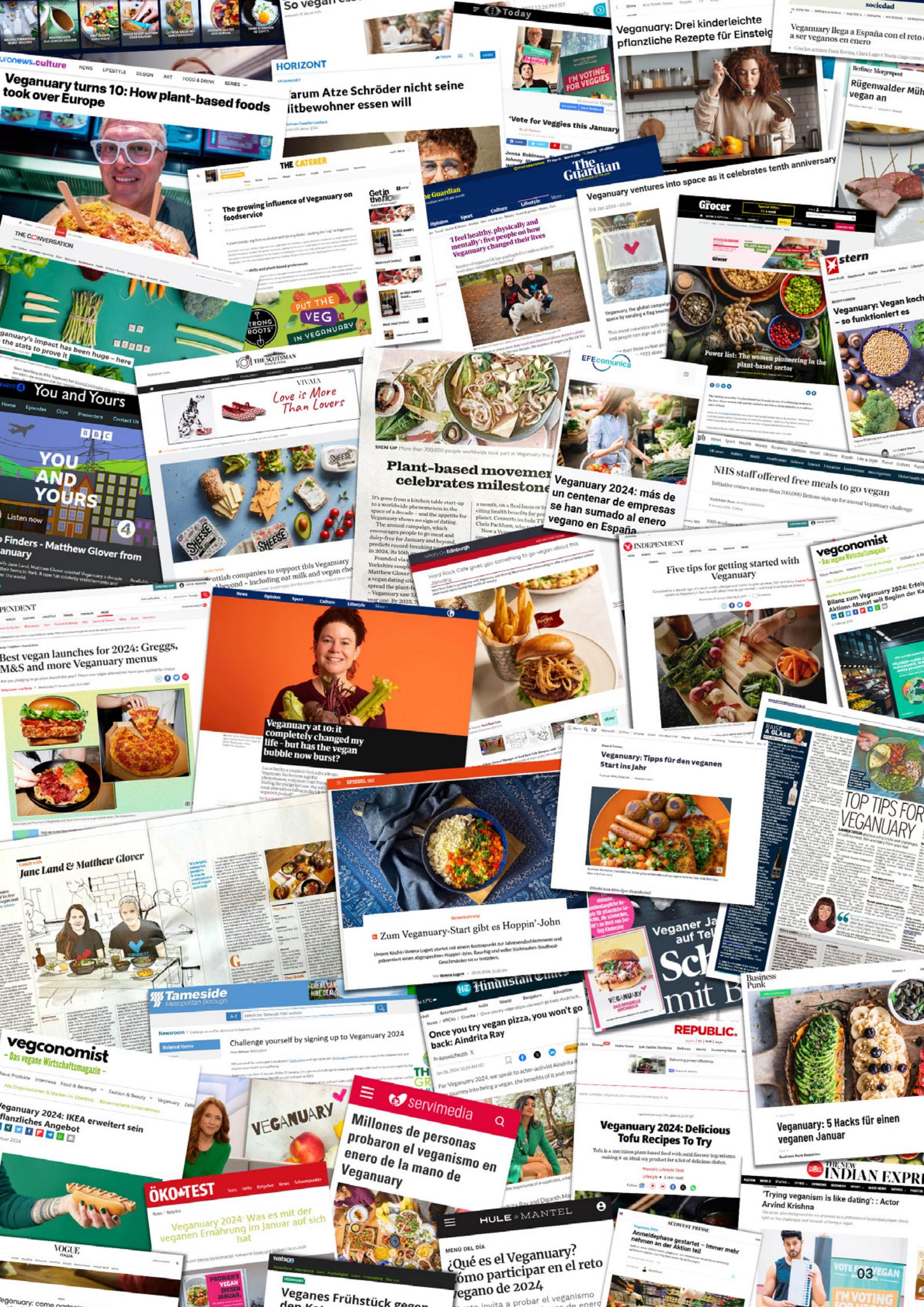
300 ORGANIZACIONES
participaron en el Desafío en el Lugar de Trabajo en todo el mundo



MÁS DE 2.100 NUEVOS
PRODUCTOS Y MENÚS VEGANOS
lanzados para Veganuary 2024 en todo el mundo



**17,5 MILLONES DE CORREOS
ELECTRÓNICOS DE ORIENTACIÓN**
fueron enviados



QUIÉNES SOMOS Y CÓMO MARCAMOS LA DIFERENCIA

Veganuary es una organización sin ánimo de lucro que inspira y apoya a la gente para que pruebe el veganismo en enero y más allá. Lo que empezó como una idea en la mesa de una cocina de York, en Reino Unido, ha arrasado en todo el mundo y, diez años después, Veganuary forma parte de un movimiento mundial que impulsa el cambio hacia una alimentación basada en plantas.

A través de nuestra campaña, animamos a millones de personas a probar el veganismo y colaboramos con miles de empresas de todo el mundo, ayudándolas a ampliar su oferta de productos vegetales para este público cada vez más numeroso. A su vez, más gente se siente tentada a probar estas alternativas fácilmente disponibles. Nuestra amplia presencia en los medios de comunicación y nuestro gran número de seguidores en las redes sociales aumentan aún más la visibilidad del veganismo en enero. Es lo que llamamos el "efecto Veganuary".

La cría de animales a gran escala es responsable de la muerte de miles de millones de seres sintientes cada año, y contribuye significativamente al cambio climático, la deforestación, la pérdida de especies, la contaminación y la resistencia a los antibióticos, además de aumentar el riesgo de nuevas pandemias. Creemos que las cosas tienen que cambiar, y rápido.

Desde nuestro lanzamiento en 2014, hemos dado grandes pasos hacia el logro de nuestra misión y, en los próximos cinco años, seguiremos cambiando el statu quo y derribando las barreras a las que se enfrenta la gente cuando come vegano. Con el efecto Veganuary, nuestro objetivo es hacer que la comida vegana sea más accesible, visible y deliciosa, mostrando a la gente y a las empresas de todo el mundo que la alimentación basada en plantas es el futuro.

NUESTRA VISIÓN

Nuestra visión es sencilla: queremos un mundo vegano. Un mundo sin granjas de animales ni mataderos. Un mundo en el que la producción de alimentos no diezme los bosques, contamine ríos y océanos, agrave el cambio climático y lleve a las poblaciones de animales salvajes a la extinción.

NUESTRA MISIÓN

Nuestra misión es inspirar y apoyar a la gente para que pruebe el veganismo, impulsar el cambio corporativo y crear un movimiento global de masas que defienda opciones alimentarias compasivas con el objetivo de acabar con la cría de animales, proteger el planeta y mejorar la salud humana.



VEGANUARY EN AMÉRICA LATINA

VEGANUARY MÁS PRESENTE QUE NUNCA EN AMÉRICA LATINA

Veganuary nuevamente tuvo una gran presencia en América Latina este año, con una cobertura de alto perfil en nuestros tres países oficiales Chile, Argentina y Brasil, así como en México gracias a nuestros socios EligeVeg y en Perú gracias a Be Vegan by Arba.

¡El llamado a probar el veganismo en enero instó a la gente a unirse a "La Revolución de los Vegetales" en América Latina y tuvo eco en todo el continente gracias al apoyo de la prensa, empresas, instituciones públicas y celebridades en Veganuary 2024!

Por primera vez, celebramos el lanzamiento de la campaña 2024 en Chile con un evento presencial al que asistieron influencers, celebridades, periodistas y empresas, que ayudaron a dar gran visibilidad a la campaña.

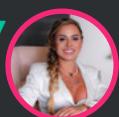
Celebridades como la cantautora mexicana Denise Gutiérrez, el meteorólogo chileno Gianfranco Marcone y la futbolista chilena Fernanda Pinilla también se sumaron a esta iniciativa.

Y contamos con el apoyo de figuras gubernamentales que renunciaron a los productos de origen animal durante enero, como la diputada chilena Emilia Schneider, el diputado chileno Andrés Giordano y la congresista peruana Sigrid Bazán.

Este año, nuevas celebridades apoyaron la campaña en América Latina como embajadores de la campaña. En Chile, nos acompañaron deportistas como el esgrimista Pablo Núñez y el esquiador náutico Emile Ritter, medallistas de plata y oro respectivamente, en los Juegos Panamericanos Santiago 2023. En Argentina se sumaron el cantante Axel, la actriz Liz Solari y el conductor de televisión Leo Montero. El presentador Marco Antonio Regil defendió la campaña en México, y en Colombia, la modelo Kathy Moscoso mostró su apoyo.

En Brasil reclutamos a deportistas para que aportaran contenidos, inspiración y estrategias a quienes aceptaran el reto de revolucionar su salud. Hugo Calderano, campeón panamericano de tenis de mesa y quinto mejor jugador del mundo, ayudó a difundir el mensaje, y la nutricionista y campeona mundial de fitness de la WBFF, Carol França, participó en el reto y se hizo vegana durante un mes.

CAROL FRANÇA, NUTRICIONISTA Y FISICOCULTURISTA PROFESIONAL



"Estoy agradecida de Veganuary por ayudarme en mi evolución y la de mis cercanos. Incluso conseguí que mi madre hiciera el reto conmigo, y sugeriré Veganuary a mis pacientes, mis amigos y mi familia"

SIGRID BAZÁN, CONGRESISTA PERUANA



"Me sumo a probar el veganismo por un mes con Veganuary porque creo en la importancia de reducir el sufrimiento de otros seres vivos y también porque apuesto a la sostenibilidad del medio ambiente"

FERNANDA PINILLA, FUTBOLISTA CHILENA



"El deporte y el veganismo pueden ser totalmente compatibles, por eso me uno al desafío del enero vegano".

EMILIA SCHNEIDER, DIPUTADA CHILENA



"Me atreví a probar el veganismo no solo por los derechos de los animales, sino también por un tema de sustentabilidad"

HUGO CALDERANO, JUGADOR DE TENIS DE MESA



"[No comer carne] sólo mejoró mi salud y mi rendimiento"

VEGANUARY EN AMÉRICA LATINA

VEGANUARY EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE AMÉRICA LATINA

Con más de 1.000 notas de prensa en medios de comunicación de nueve países latinoamericanos, esta campaña ha sido la más mediática hasta la fecha.

Destacan publicaciones digitales y en periódicos como El Comercio y Forbes en Perú; Radio ADN, Radio Biobío, La Tercera y Las Últimas Noticias en Chile; El Universal en México; y La Nación y Nota al Pie en Argentina.

Y el revuelo no se detuvo ahí. Veganuary apareció por todo Santiago de Chile y Buenos Aires, Argentina, con anuncios en las entradas de las estaciones de metro y en los andenes. Más de 150 anuncios impresos y digitales se desplegaron por las calles de la capital chilena, convirtiéndola en la mayor campaña de promoción del veganismo jamás realizada en el país.



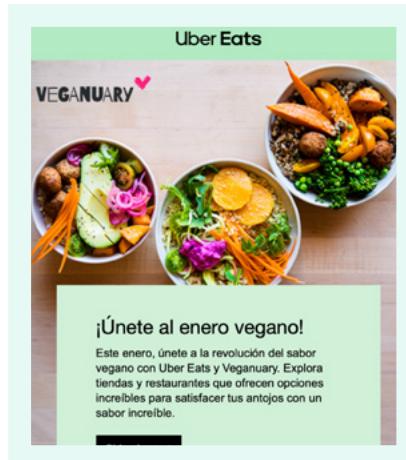
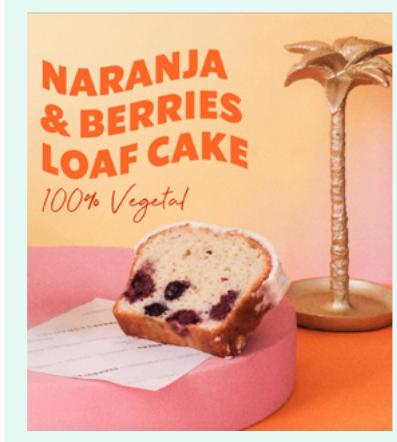
VEGANUARY EN AMÉRICA LATINA

LAS EMPRESAS LATINOAMERICANAS APOYAN VEGANUARY

Más de **450 empresas formaron parte de Veganuary 2024 en América Latina**. Se lanzaron más de 80 nuevos productos y menús veganos, y más de 2.000 productos veganos redujeron su precio para la campaña Veganuary. Algunas de las marcas más conocidas del mundo que participaron en América Latina fueron NotCo y Uber Eats en Chile, Subway en México y Hard Rock Cafe en República Dominicana, Panamá, México, Argentina, Colombia, Venezuela, Bolivia, Paraguay, Chile y Brasil. Starbucks destacó en el Cono Sur con el lanzamiento de su nuevo producto, el Loaf Vegan Cake, disponible en Argentina, Paraguay y Chile.

VIVIAN RODAL RUBIO, DIRECTORA DE MERCADOTECNIA DE SUBWAY MÉXICO

“Nuestra participación en Veganuary de la mano de nuestro Teriyaki Veg ha sido una oportunidad invaluable para inspirar a más personas a dar ese paso hacia una alimentación plant-based, reforzando también nuestro compromiso con la diversidad alimentaria para acompañar a los consumidores en sus múltiples estilos de vida. Muchas gracias a Veganuary por la plataforma y la colaboración que celebramos”



JAVIER GONZÁLEZ, DIRECTOR DE PEDIDOSYA MARKET CHILE

“Esta campaña, respaldada por PedidosYa Market, fomenta de manera exitosa la elección consciente de productos veganos disponibles en nuestros supermercados ubicados de Arica a Puerto Montt. La iniciativa ha permitido visibilizar las opciones de alimentación basadas en plantas y su accesibilidad en el mercado local, contribuyendo así al bienestar de nuestros usuarios y a la sostenibilidad del ambiente.”



MARÍA JOSÉ MARTÍNEZ, GERENTE DE MARKETING DE MELT PIZZAS

“Fue una iniciativa muy exitosa, que, además de potenciar la venta y ser una instancia para visibilizar nuestra variedad de productos veganos, nos permitió aumentar en más de 2 puntos el peso de la categoría vegana dentro de la categoría pizzas, así como también tuvo un crecimiento dentro del total de ventas de la empresa. Esto nos impulsa a seguir desarrollando nuevos productos veganos y no descuidar las necesidades de todo tipo de clientes”



GUIGA PIRÁ, RESPONSABLE DE ACTIVISMO DE NAVEIA

“Veganuary es una campaña fuerte que está alineada con nuestros valores fundamentales. Para nosotros, es una oportunidad importante para llevar al equipo a participar colectivamente”

En Brasil, Veganuary promovió una “revolución” que ocupó toda una calle de São Paulo, con el 87% de los restaurantes de la zona promoviendo la campaña. Nuestro video de este evento ha sido visto por más de **500.000 personas** en las redes sociales.

Nuestra campaña en Brasil también movilizó a cinco ciudades para promover una feria callejera vegana en tres regiones, que tuvo un impacto en más de 250 negocios veganos locales y recibió 5.000 visitantes. En Salvador, la feria vegana se convirtió en un evento gubernamental para celebrar el verano, atrayendo a 10.000 personas.

Muchas empresas reportaron un aumento de las ventas tras participar en la campaña, como la app PedidosYa Market, que informó de que los pedidos de productos veganos se triplicaron en comparación con el mes anterior, y la cadena Melt Pizzas, que vio cómo las ventas aumentaban un 19% en el mismo periodo, respecto al mes anterior. En Brasil, la marca de lácteos veganos Naveia vendió un 270% más en comparación con el mismo mes de 2023, superando al Black Friday, y las ventas de la marca de helados Roomy aumentaron un 110% durante Veganuary 2024. Yucafé, una cafetería basada en plantas del Hotel Pullman Ibirapuera de São Paulo, también agotó su brunch especial y fue clasificada como la mejor cafetería de São Paulo por Trip Advisor este mes de enero.

Para llegar a más gente en un país tan grande como Brasil, nos asociamos con 10 influencers de las cinco regiones para crear una Guía de Restaurantes Veganos Brasileños para ayudar a los participantes de Veganuary a comer fuera durante el mes.

La guía incluía 27 joyas veganas ocultas y fue descargada ¡más de 10.000 veces.

EL EFECTO VEGANUARY A LARGO PLAZO EN LATINOAMÉRICA

NUEVOS MENÚS Y PRODUCTOS VEGANOS SE QUEDAN EN LA CARTA

El revuelo generado por Veganuary crea un enorme incentivo para que marcas, restaurantes y minoristas comercialicen sus productos a base de plantas y lancen nuevos platos veganos. ¡Y eso no es todo! Muchos de estos nuevos productos veganos y opciones de menú resultan tan populares que las empresas empiezan a comprometerse a hacer de la alimentación a base de plantas una parte importante de su negocio y los nuevos menús lanzados cada enero siguen disponibles en el resto del año, haciendo crecer el mercado vegano.

Es el caso de muchos restaurantes que participaron de la campaña 2024, entre ellos, en Chile, se encuentra Sapiens con su nueva Pizza Blanca, a base de ricotta de castañas de cajú y exquisitos ingredientes como choclo, cebolla morada encurtida, pesto, aceite de trufa y perejil; y Hard Rock Cafe Santiago, que mantendrá parte de los ítems lanzados en su carta en enero por Veganuary, para contar con opciones para su público vegetariano y vegano; en México, el grupo de restaurantes Vegan Lab, que junto a Better Balance y su proteína, lanzaron sus nuevos platos Donabe, Korakke Curry, Gochu Roll, Kushi Plate; y la cadena Liverpool, que continuará con su nuevo plato de flautas de cochinita pibil.



Hard Rock Cafe Santiago mantendrá algunos de los ítems veganos en su carta de forma permanente

**PABLO SANHUEZA,
GERENTE DE MARKETING
DE HARD ROCK CAFE SANTIAGO**

“Como Hard Rock Cafe Santiago nos sentimos muy orgullosos de participar junto a Veganuary y ser una opción para las personas veganas/vegetarianas dentro de la comunidad de Santiago (...) Nos quedamos con un sentir agradable y felizmente comunicamos que nos sentimos parte de la familia Veganuary, y como tal, incorporaremos indefinidamente opciones veganas y vegetarianas en nuestra carta oficial.”



Restaurante Sapiens en Santiago de Chile y su nueva Pizza Blanca

VEGANUARY EN AMÉRICA LATINA

POR PRIMERA VEZ, UNA MUNICIPALIDAD SE UNE AL DESAFÍO EN EL LUGAR DE TRABAJO EN AMÉRICA LATINA

El Desafío en el Lugar de Trabajo sigue ganando popularidad en todo el continente, con empresas de varios países que participan e invitan a sus empleados a renunciar a los productos de origen animal durante el mes de enero.

Uno de los más destacados este año fue la Municipalidad de Constitución, en el sur de Chile, que invitó no sólo a sus funcionarios y empleados a participar en Veganuary, sino que también animó a las empresas de la ciudad a unirse a la iniciativa del municipio.

El grupo Alsea, el mayor operador de franquicias de la región, también participó junto con su marca Starbucks. Compartieron información sobre Veganuary y animaron a la gente a unirse al desafío a través de comunicaciones internas, además de realizar degustaciones de productos vegetales, sorteos internos y premios para fomentar la participación.

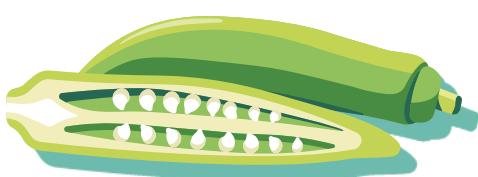
Y la Municipalidad de Viña del Mar también apoyó la campaña lanzando la primera guía de restaurantes veganos -y con opciones plant based- de la ciudad.

También vimos a un ministerio del gobierno unirse a la campaña por primera vez en Chile. El Ministerio de Medio Ambiente de Chile invitó a Veganuary a hablar sobre la campaña y animó a sus cientos de funcionarios y empleados a probar el veganismo.



**FABIÁN MANUEL PÉREZ HERRERA,
ALCALDE DE LA I. MUNICIPALIDAD DE
CONSTITUCIÓN**

"A partir de la actividad desarrollada en el mes de enero de 2024, comenzamos a explorar y promover una mayor diversidad de opciones de menú para restaurantes de nuestra comuna, funcionarios municipales y nuestra comunidad. Invitamos a turistas y vecinos a disfrutar de alternativas basadas en plantas, con lo que esperamos seguir fomentando la economía circular, alternativas saludables de alimentación y contribuyendo a un entorno más sostenible"



VEGANUARY EN ESTADOS UNIDOS

UN GRAN PUNTAPIÉ PARA SER VISTO POR EL MUNDO

Veganuary 2024 comenzó impactando a millones de personas que celebraban la víspera de Año Nuevo en Times Square, quienes pudieron apreciar nuestra colorida valla publicitaria que decía "¡Happy Veganuary!". Los anuncios de Veganuary adornaron simultáneamente las calles de la capital de la nación, animando a las personas de Washington a probar el veganismo con nosotros en el nuevo año.

Más de 1,3 millones de personas vieron nuestros carteles.

También lanzamos una divertida parodia de un anuncio de campaña política con la voz de Ryan Eggold (estrella de New Amsterdam de Netflix) que animaba a los espectadores a "¡Votar por los vegetales!". **A pocos días de empezar el año, Baltimore se convirtió en la primera ciudad de EE.UU. en declarar enero como el mes oficial de Veganuary** (la proclamación del alcalde Scott cita razones medioambientales, sanitarias, económicas y de protección animal para comer más a base de plantas).



VOTE FOR A BRIGHTER FUTURE

VOICED BY RYAN EGGOLD

Ryan Eggold puso voz a nuestro anuncio de campaña para 2024, visto por millones de personas.

THE BALTIMORE SUN

THINGS TO DO > RESTAURANTS, FOOD AND DRINK

Bits & Bites: Thread Coffee Roasters finds a new home, Baltimore celebrates 'Veganuary'

Baltimore se convierte en la primera ciudad de EE.UU. en proclamar oficialmente el mes de enero como Veganuary.



La publicidad de Veganuary en Washington DC.

VEGANUARY EN ESTADOS UNIDOS

VEGANUARY SE CELEBRA A ESCALA NACIONAL



Veganuary se celebró en todos los rincones de EE.UU., con presencia en más de **20 programas de televisión y más de 1.000 artículos en los medios de comunicación**, desde Nueva York y California hasta Utah y Arkansas. Las celebridades también nos ayudaron a correr la voz: La cantante Mýa compartió su apoyo, el ayudante del entrenador de la NBA Joseph Blair habló en la NBC4 de Washington DC, el cómico Myq Kaplan grabó un sketch en CNN y la actriz Richa Moorjani se convirtió en colaboradora oficial. Tabitha Brown y Maggie Baird lo celebraron participando por primera vez en el jurado de la Verdura del Año de Veganuary. El éxito nacional también fue visible en nuestros canales de redes sociales, con personas influyentes que crearon recetas y mostraron su participación en Veganuary. Incluso las universidades celebraron Veganuary, gracias al trabajo de los clubes de estudiantes de la Universidad de California en Los Ángeles y de la Universidad de Toronto, así como el proyecto piloto Veganuary de la Humane Society de Estados Unidos, que ayudó a las escuelas a servir más comidas basadas en plantas durante el mes.



Los estudiantes de la UCLA llevaron Veganuary al campus

RICHA MOORJANI, ACTRIZ

"Veganuary es una excelente oportunidad para probar una dieta basada en plantas, mientras te sientes motivado y apoyado en tu viaje por una comunidad de personas extraordinarias que comparten valores similares y te animan mientras te unes a este movimiento increíblemente gratificante (y vital)"

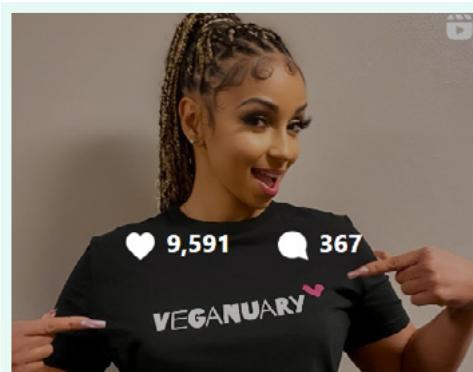


VERDURA DEL AÑO 2024

El panel de expertos de Veganuary (que incluye futurólogos de la alimentación, celebridades, chefs y miembros de consejos clave de nutrición, retail y consejos de sostenibilidad) determinó que la batata morada es la Verdura del Año 2024.

HOLLY ADRIEN, DIRECTORA DE ESTRATEGIA E INNOVACIÓN ORGÁNICA NATURAL DE KROGER

"Disponible fresca y congelada, y como ingrediente para amplificar platos, seguiremos viendo crecer la popularidad de la vibrante batata morada"



En el video de Veganuary 2024, Mýa llamaba a las verduras "la fuente de la juventud" y fue reproducido más de 187.000 veces en las redes sociales de habla inglesa.

VEGANUARY EN ESTADOS UNIDOS

PARTICIPACIÓN DE GRANDES Y PEQUEÑAS EMPRESAS

Marcas, restaurantes, minoristas y empresas productoras de EE.UU. y Canadá fueron parte de Veganuary 2024.

Más de **300 nuevos menús y promociones** se lanzaron en restaurantes y más cadenas de supermercados estadounidenses que nunca promovieron Veganuary. En total, más de 400 empresas participaron en Veganuary.

Más empresas que nunca animaron a sus empleados a probar el veganismo junto a Veganuary: más de **30 empresas estadounidenses participaron en el Desafío en el Lugar de Trabajo de Veganuary**.



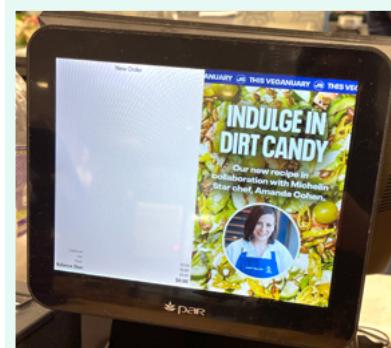
JOSEPH FAHEY, DIRECTOR CULINARIO DE &PIZZA

"Gracias a Veganuary, hemos conseguido dar a conocer nuestro menú vegano, atrayendo a nuevos clientes y ampliando nuestro alcance en el proceso."



MERCADO NEW SEASONS

Celebró en televisión la Verdura del Año de Veganuary, animó a los clientes y al personal a probar el veganismo, creó una señalización de entrada a la tienda de Veganuary e insignias para el personal, y ofreció promociones en productos de origen vegetal.



JUST SALAD LANZÓ UNA NUEVA ENSALADA VEGANA

La receta vegana, de duración limitada, se creó en colaboración con Amanda Cohen, chef y propietaria de Dirt Candy, el restaurante vegetariano de Nueva York galardonado con una estrella Michelin.



COSTCO PROMOVIÓ VEGANUARY

Costco animó a los compradores a inscribirse en Veganuary en la revista Costco Connection, enviada a más de 15 millones de lectores.



NUEVO HELADO VEGANO DE BEN & JERRY'S

La empresa lanzó una versión no láctea de su popular sabor Strawberry Cheesecake y crearon un artículo en su blog titulado "Los 10 mejores consejos para sobrevivir a Veganuary como amante de los postres" (entre otros contenidos de Veganuary).

VEGANUARY EN EL REINO UNIDO

¡VEGANUARY CELEBRA SU 10º ANIVERSARIO A LO GRANDE!

En 2024, Veganuary celebró una década de llevar el veganismo al mainstream en el Reino Unido.

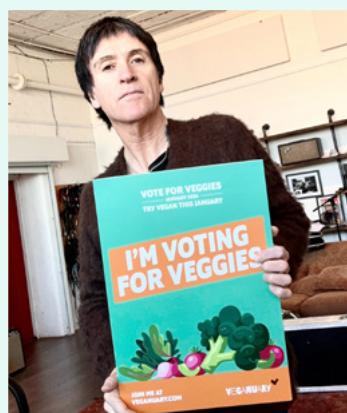
Para celebrarlo, publicamos un documental y lanzamos nuestro primer libro de cocina oficial. La estrella de Drag Race UK **Bimini Bon Boulash** se unió como embajadora y "The Veganuary Podcast" regresó con famosos invitados e invitadas como **Henry Dimbleby, Chris Packham y Deborah Meaden**.

Este año, una bandera de Veganuary fue llevada en un vuelo de carga a la Estación Espacial Internacional, simbolizando el crecimiento astronómico de la campaña. De vuelta a la Tierra, animamos al público a "Votar por los Vegetales" y a actuar contra la crisis climática. Un autobús de la campaña Veganuary recorrió Londres, difundiendo el mensaje por toda la capital. Celebridades como Johnny Marr, Chris Packham, Jasmine Harman y Peter Egan también apoyaron el llamado a la acción.

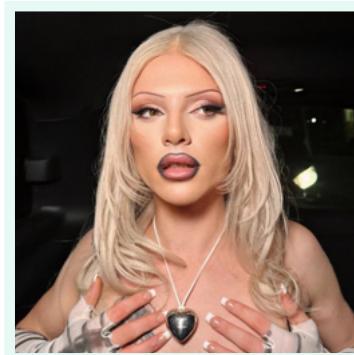
La presencia de Veganuary en los medios de comunicación alcanzó nuevos récords, con más

de 2.400 artículos de prensa sobre la campaña. Grandes publicaciones como The Guardian y The Observer celebraron nuestro 10º aniversario, mientras que The Independent, RTÉ Ireland y cientos de medios regionales ofrecieron consejos para participar. The Telegraph y Daily Mail informaron sobre la participación de NHS en el Desafío Veganuary en el Lugar de Trabajo, y un artículo de investigación en The Conversation destacó aún más el impacto duradero de la campaña. Nos sentimos increíblemente orgullosos y orgullosas de ver a la cofundadora de Veganuary, Jane Land, reconocida como una de las mujeres más influyentes de The Grocer.

Vimos el efecto Veganuary en pleno apogeo en la televisión y la radio, con menciones en Eastenders, The Graham Norton Show, This Morning, BBC Winterwatch, Countdown y Saturday Kitchen Live, junto con entrevistas en Radio 4 y emisiones regionales. Los podcasts de Cooking the Books, Food Talk y The Modern Mann también demuestran que, tras una década de camino, Veganuary sigue siendo tan relevante e influyente como siempre.



El Show de Graham Norton, BBC



VEGANUARY EN EL REINO UNIDO

LAS EMPRESAS BRITÁNICAS SIGUEN APOYANDO A VEGANUARY

En el Reino Unido, más empresas que nunca se han implicado en la campaña de formas nuevas y emocionantes.



El patrocinador global de Veganuary, **Beyond Meat**, celebró el lanzamiento de su pepperoni vegetal en **Pizza Hut** y una hamburguesa especial Veganuary en los pubs **Wetherspoon** de todo el país.



Aldi lanzó más de 40 nuevos productos, entre ellos las lonchas de salmón ahumado sin sal y los Corn Dogs de Plant Menu, lo que se tradujo en un aumento de las ventas de productos refrigerados y congelados del 12% con respecto al pasado mes de enero.



Este año Veganuary pidió a todo el mundo que "votara por los vegetales" y **Asda** no defraudó. El supermercado utilizó nuestro logotipo y gráficas veggies en las tiendas y en Internet para promocionar su amplia gama de productos veganos.



La conocida marca de quesos **Cathedral City** lanzó platos preparados veganos de macarrones con queso y lasaña.



El especial vegano de **Wagamama**, el bistec bulgogi de melena de león, fue tan popular que se agotó antes de finales de enero.



El proveedor de servicios alimentarios **ESS** (que abastece al Ejército, al Ministerio de Defensa y a otros organismos gubernamentales) colaboró con **OGGS** para ofrecer una gama de más de 40 postres vegetales, haciendo los menús más accesibles para quienes trabajan en estos ámbitos y reduciendo las emisiones de CO2eq.



La compañía ferroviaria **LNER** introdujo un menú vegano a bordo en enero, con opciones vegetales para el desayuno, el almuerzo y la cena.



Costa Coffee unió fuerzas con **BOSHI!** para lanzar una selección de productos salados y dulces de origen vegetal en más de 2.600 establecimientos de Costa. La gama se venderá durante todo el año.

En **Eventbrite**, el mercado de eventos únicos y locales, hubo un aumento del 44% en los eventos de Veganuary de 2023 a 2024. Desde 2018, el número de eventos de Veganuary ha crecido un 200%.

VEGANUARY EN EL REINO UNIDO

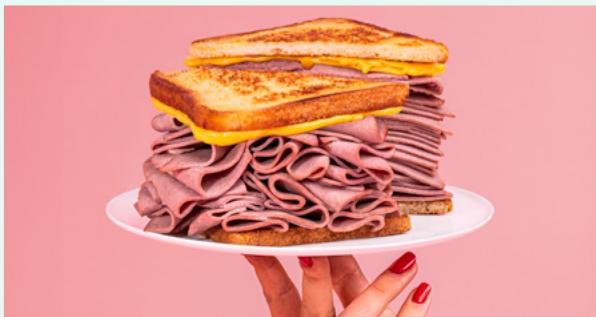
¡GRANDES VICTORIAS PARA LAS MARCAS ESTE VEGANUARY!

El menú vegano de **Hard Rock Cafe** tuvo una "respuesta abrumadora" y muchos platos veganos se mantuvieron en el menú después de enero.

La Vie celebró el lanzamiento de su jamón vegano en Tesco con vallas publicitarias, anuncios en las marquesinas de los autobuses y publicidad en las redes sociales. En enero de 2024 registró las mayores ventas de su historia, con un crecimiento del 266% respecto a 2023.

El principal reto de **Better Nature Tempeh** este mes de enero ha sido satisfacer la demanda. Las ventas aumentaron casi un 70% antes de enero.

El plato vegano más vendido en la cadena de pubs **Hungry Horse** fue su pastel de setas y cerveza. Los pedidos de platos principales veganos aumentaron un 22% y los de platos veganos para niños un 12% con respecto a 2023.



El lanzamiento del nuevo jamón vegano de La Vie contribuyó a que sus ventas aumentaran un 266%.

WILL MOXHAM, FUNDADOR DE PLANTHOOD

"Planthood ha experimentado un aumento del 500% en nuevos clientes que consumen nuestros saludables kits de comida vegetal este mes frente a enero del 23"



Hard Rock Cafe registró unas ventas "abrumadoras" de sus platos veganos.



VEGANUARY EN EL REINO UNIDO

EL DESAFÍO EN EL LUGAR DE TRABAJO REGISTRA UN RÉCORD DE PARTICIPACIÓN EN EL REINO UNIDO

Más de 115 empresas han participado este año en el Desafío en el Lugar de Trabajo de Veganuary en el Reino Unido, ¡un nuevo récord! Universidades, colegios, ayuntamientos, compañías de seguros, fundaciones del NHS, organizaciones benéficas y empresas ferroviarias son sólo una muestra de los sectores que participaron.

El deporte ocupó un lugar destacado y trabajamos estrechamente con la Asociación Británica para el Deporte Sostenible para impartir un seminario web en colaboración con Plant-Based Health Professionals y la atleta del equipo británico Lisa Gawthorne. Asistieron más de 60 organizaciones deportivas, entre ellas el Liverpool Football Club, la Premiership Rugby, la Football Association y Sport Scotland.

El Royal Devon University Healthcare NHS Trust ofreció más de 1.300 comidas veganas gratuitas al personal durante todo el mes. También ofreció un



ADEPT CARE HOMES

se unió una vez más al Desafío en el Lugar de Trabajo, animando al personal y a los residentes a probar la cocina vegana y a preparar su propio hummus, pizzas y palitos de queso.



puesto local de verduras y sesiones de cocina, lo que le valió una importante cobertura mediática en The Telegraph, Yahoo y Daily Mail.

Just Eat Takeaway apoyó Veganuary a través de su plataforma de reparto de comida y animó a los empleados a participar en el Desafío en el Lugar de Trabajo.

JAZ RABADIA, RESPONSABLE DE NEGOCIO Y SOSTENIBILIDAD EN JUST EAT TAKEAWAY

"Por cuarto año, hemos apoyado con orgullo Veganuary, ayudando a consumidores, socios y empleados a adoptar opciones basadas en plantas. Nuestra campaña multicanal, que abarcó 9 mercados, llegó a millones de personas. Colaboramos con grandes marcas y restaurantes independientes para mostrar las diversas opciones veganas disponibles en nuestra plataforma y ofrecemos a los clientes ofertas exclusivas. Además, lanzamos un reto de bienestar en el lugar de trabajo, dotando a las y los colaboradores de herramientas para ayudarles a tomar decisiones más informadas, como el etiquetado de carbono de los platos en nuestro comedor de la oficina de Ámsterdam"

JOE LOCK, DIRECTOR DE COMUNIDADES DE ADEPT CARE HOMES

"Cada año participo con entusiasmo en Veganuary para explorar platos innovadores basados en plantas, y la experiencia ha sido realmente enriquecedora. He tenido la oportunidad de comprobar la influencia positiva de Veganuary en nuestros residentes. No sólo han disfrutado probando la cocina vegana, sino que también han expresado su deseo de realizar más actividades relacionadas con el veganismo a lo largo del año. Veganuary va más allá de la comida; encarna un compromiso con el bienestar personal y la sostenibilidad"

VEGANUARY EN ALEMANIA

LA FIEBRE POR EL VEGANISMO EN ALEMANIA ALCANZA NUEVOS RÉCORDS

Estamos encantados de que 2024 haya sido nuestro año de mayor éxito en Alemania: ¡Veganuary estaba en todas partes! Las empresas siguieron apoyando la campaña, los medios de comunicación hablaron de Veganuary más alto que nunca y los famosos ayudaron a difundir la campaña.

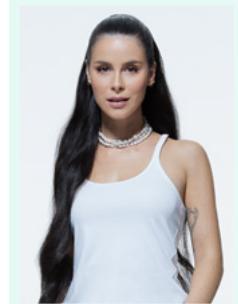
Las nuevas celebridades que defienden Veganuary este año incluyen a la modelo y empresaria Stefanie Giesinger; los cómicos Atze Schröder y Maria Clara Groppler; la cantante Lena Meyer-Landrut; la actriz Mina Tander; y el actor y creador Helge Mark Lodder. En una colaboración en Instagram, Stefanie Giesinger pidió a sus 5 millones de seguidores que probaran el veganismo con Veganuary.



Empezamos la campaña con un evento en Berlín para el lanzamiento en Alemania de nuestro Libro de Cocina Oficial de Veganuary. Los seguidores compartieron imágenes ampliamente a lo largo de la campaña.













Los vegetales fueron las verdaderas estrellas de nuestra campaña 2024 y muchos de nuestros seguidores famosos compartieron sus recetas favoritas centradas en los vegetales y sus trucos alimentarios. Stefanie Giesinger reveló que pone el boniato en la tostadora.





En las calles no podía faltar Veganuary. Nuestras vallas publicitarias de "vota por los vegetales" estaban por todo Berlín, Hamburgo y Colonia, mientras que marcas de apoyo como Iglo (Nomad Foods) y Petfood lanzaron sus propios carteles de Veganuary.

VEGANUARY EN ALEMANIA

EL VEGANISMO ENCABEZA LA AGENDA MEDIÁTICA EN ALEMANIA

Se publicaron más de 3.400 artículos sobre Veganuary en los medios de comunicación en Alemania.

Entre los más destacados se encuentran el reportaje del canal de televisión ProSieben sobre nuestra campaña en la revista de estilo de vida taff; el medio de noticias Der Spiegel

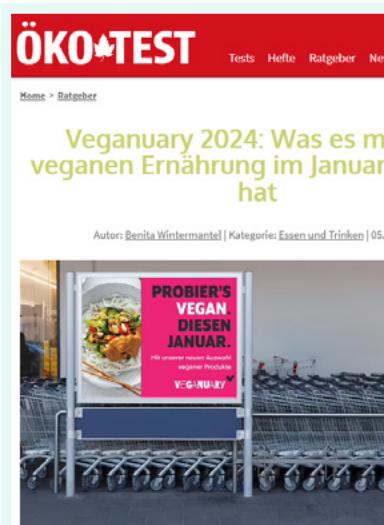
compartiendo recetas veganas; Stern cubriendo nuestro libro de cocina recién publicado; Business Punk compartiendo trucos para Veganuary; y Der Standard realizando una comprobación de hechos con un experto, destacando los beneficios de comer vegano. Varios redactores también participaron en Veganuary, como Ferry Hansen, editor de belleza de Men's Health.



ARD, ZDF, NDR RTL, ProSieben y SAT.1 fueron algunos de los canales de televisión que informaron sobre Veganuary y las empresas y universidades participantes, así como sobre el impacto de participar.



Este año, las emisoras de radio y los podcasts abrazaron el Veganuary como nunca antes, incluyendo Deutsche Welle, Deutschlandfunk Nova, MDR, SWR, Radio Bremen y RBB.



La relación entre la dieta y la crisis climática está escalando posiciones en la agenda mediática alemana. En un artículo sobre Veganuary 2024, ÖKO-TEST escribió: "Una dieta puramente vegetal reduce la cuota de emisiones del sector alimentario y protege así el medio ambiente y el clima. Por último, pero no menos importante, evita el sufrimiento animal, omnipresente en la industria alimentaria".



ARD Mediathek, el centro de medios de comunicación de una de las cadenas de televisión más grandes y antiguas de Alemania, presentó una categoría dedicada a Veganuary con recetas y contenidos alimentarios.



La revista especializada Horizont informó sobre el apoyo del comediante Atze Schröder a Veganuary y por qué no deberíamos comernos a nuestros compañeros animales.

VEGANUARY EN ALEMANIA

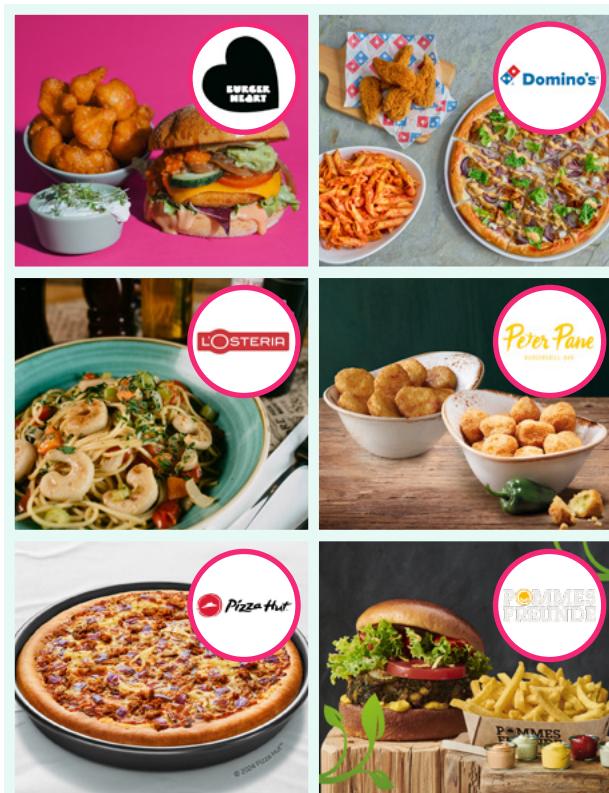
¡MÁS EMPRESAS QUE NUNCA SE SUMAN A LA INICIATIVA DE VEGANUARY EN ALEMANIA!

Más de **1.000 marcas, restaurantes y comercios** participaron en Veganuary 2024 lanzando más de **509 nuevos productos y más de 605 platos de menú** o publicando anuncios de alto nivel para promocionar sus ofertas veganas. Muchas marcas y restaurantes hicieron veganos los productos más vendidos, y por todas partes se vieron imágenes y promociones de Veganuary en las tiendas.

Deutsche Bahn, la compañía ferroviaria alemana, volvió a lanzar un menú vegano en sus restaurantes a bordo tras el éxito de la campaña del año pasado.

IKEA obtuvo un gran éxito con el lanzamiento de leche vegetal y nuevas opciones de menú vegano en sus restaurantes alemanes. La nueva opción de schnitzel vegano se pidió el doble que su equivalente animal durante Veganuary 2024.

Studierendenwerke – Las universidades alemanas se unieron a Veganuary a través de 23 sindicatos de estudiantes alemanes responsables de la restauración en sus respectivos centros. Esto se tradujo en más opciones veganas en los menús, señalización de Veganuary y algunas grandes victorias como la eliminación del recargo por leche vegetal en la Universidad de Halle y un aumento de hasta el 33% en las ventas veganas durante Veganuary en las cafeterías de la Universidad de Hannover.



Destacan la pizza kebab vegana de Domino's, la pizza vegana de atún de Pizza Hut, la pasta con camarones veganos de L'Osteria y los especiales de Veganuary en las hamburgueserías Peter Pane, Burger Heart, Pommesfreunde y Burger King.



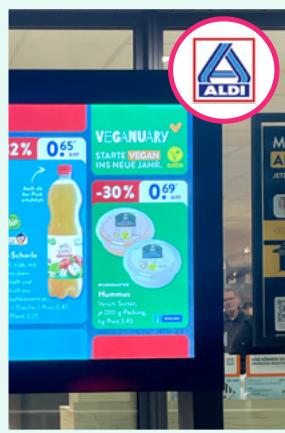
Deutsche Bahn lanzó un menú por Veganuary

VEGANUARY EN ALEMANIA

¡MÁS EMPRESAS QUE NUNCA SE SUMAN A LA INICIATIVA DE VEGANUARY EN ALEMANIA! (CONTINÚA)

La empresa de catering **Dussmann** sirvió nuevos platos veganos en los restaurantes de la empresa, llegando a más de 16 millones de personas al día en enero. Más de una cuarta parte de los comensales eligieron platos a base de plantas durante Veganuary, y los más populares serán ahora permanentes. **Las empresas de catering Aramark, Eurest, L&D, Klüh Catering y Kruschina** también lanzaron nuevos menús.

Rügenwalder Mühle, empresa líder en salchichas y embutidos, ha retirado definitivamente el jamón "Schincken Spicker" de origen animal este Veganuary, en favor de su popular equivalente vegano. Las capacidades de producción disponibles se utilizarán ahora para otro producto vegano que está creciendo en popularidad.



Todos los grandes retailers de Alemania participaron en Veganuary 2024. Aldi Nord & Süd, Lidl, Edeka, Rewe, Kaufland, Penny y Globus presentaron nuevos productos y ofertas especiales en millones de folletos en línea y en las tiendas.

Un número récord de **129 empresas participaron en el Desafío en el Lugar de Trabajo en Alemania**. Entre ellas estaban Coca-Cola, Kleinanzeigen y Mobile.de; los minoristas Globus, Edeka y Rossmann; así como los equipos de fútbol Bayer 04 Leverkusen y 1. FC Kaiserslautern, que animaron a sus empleados a probar el veganismo.

STEFAN ROSSKOPF, JEFE DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA DEL 1. FC KAISERSLAUTERN

"Este año hemos vuelto a dar a nuestros colaboradores la oportunidad de participar juntos en el Desafío en el Lugar de Trabajo de Veganuary. Esto no sólo refuerza el espíritu de equipo y el intercambio entre los participantes, sino que también queremos utilizar seminarios y actividades conjuntas para animar conscientemente a la gente a pensar en prácticas sostenibles y en sus propios hábitos. Veganuary es un gran evento para ello y ya se ha convertido en una fecha fija en nuestro calendario anual en la oficina".



VEGANUARY EN ESPAÑA

¡VEGANUARY HA ATERRIZADO EN ESPAÑA!

Este año, Veganuary llegó oficialmente a España y despertó un enorme interés entre el público, las empresas y los medios de comunicación.

La campaña arrancó con llamativos carteles expuestos en estaciones de metro clave de Madrid y Barcelona, que llamaron la atención de cientos de miles de viajeros sobre los beneficios medioambientales y para la salud de la alimentación vegana.



LAS CELEBRIDADES CORREN LA VOZ EN ESPAÑA

Muchos famosos apoyaron la campaña e instaron a sus millones de seguidores a participar. Varios actores y actrices mostraron su apoyo, entre ellos **Núria Gago, Nathalie Poza, Clara Lago, Marta Poveda, Elisabeth Larena, Dani Rovira y David Pareja**. La presentadora de televisión Azahara Luque y la atleta Emma García también promocionaron Veganuary.

NÚRIA GAGO, ACTRIZ

"Ser vegana es una decisión que ha llevado mucha felicidad a mi vida. Si estás empezando a hacerte preguntas sobre la forma en que esta sociedad trata y consume a los animales, Veganuary es tu movimiento"



DANI ROVIRA, ACTOR

"Me uno a Veganuary porque creo que es más importante convencer que vencer, haciendo entender a la gente la importancia del veganismo para la sostenibilidad del planeta y para mejorar nuestra relación con los animales"

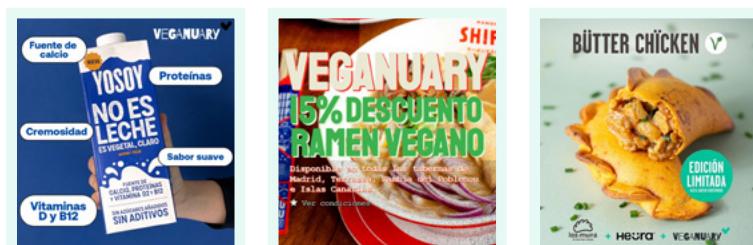


VEGANUARY EN ESPAÑA

EL REVUELO MEDIÁTICO EN ESPAÑA

Veganuary atrajo la atención de los principales medios de comunicación en España, con cientos de menciones, artículos y entrevistas destacadas en franjas horarias de máxima audiencia, en prensa escrita, radio, podcasts y televisión.

La cobertura de RTVE, Antena 3, ABC, La Vanguardia, Eldiario.es, Público y Elle España llegó a millones de personas durante todo el mes de enero.



MÁS DE 100 EMPRESAS PARTICIPARON EN LA PRIMERA CAMPAÑA EN ESPAÑA

Más de 100 marcas, restaurantes y supermercados lanzaron nuevos productos, menús y ofertas especiales para celebrar Veganuary, mostrando artículos como empanadas, ramen, pizzas y sándwiches. Philadelphia promocionó una versión vegana de su icónico queso crema, y las opciones veganas se hicieron más accesibles gracias a las ofertas de

Babybel basado en plantas y Yosoy, bebida vegetal. La conocida empresa de alternativas a la carne, Heura, participó en el año inaugural de Veganuary en España. Cadenas de restaurantes lanzaron nuevos platos y promociones en apoyo de la campaña, como Papa Johns, Ramen Shifu y Las Muns, conocidas por sus empanadas.

LAS MUNS

“¡Hemos observado una importante participación del público! Han mostrado un gran entusiasmo ante el reciente lanzamiento, participando activamente en la prueba del producto. En consecuencia, hemos recibido comentarios sobresalientes y cosechado una atención significativa”

PARTICIPANTE DE VEGANUARY 2024

“Nunca me he sentido con más energía, más creativa en la cocina, rodeada de colores y sabores vibrantes, todo ello ahorrando dinero y sin dañar ni un solo animal. ¿Qué más se puede pedir? ¡Sigamos adelante!”

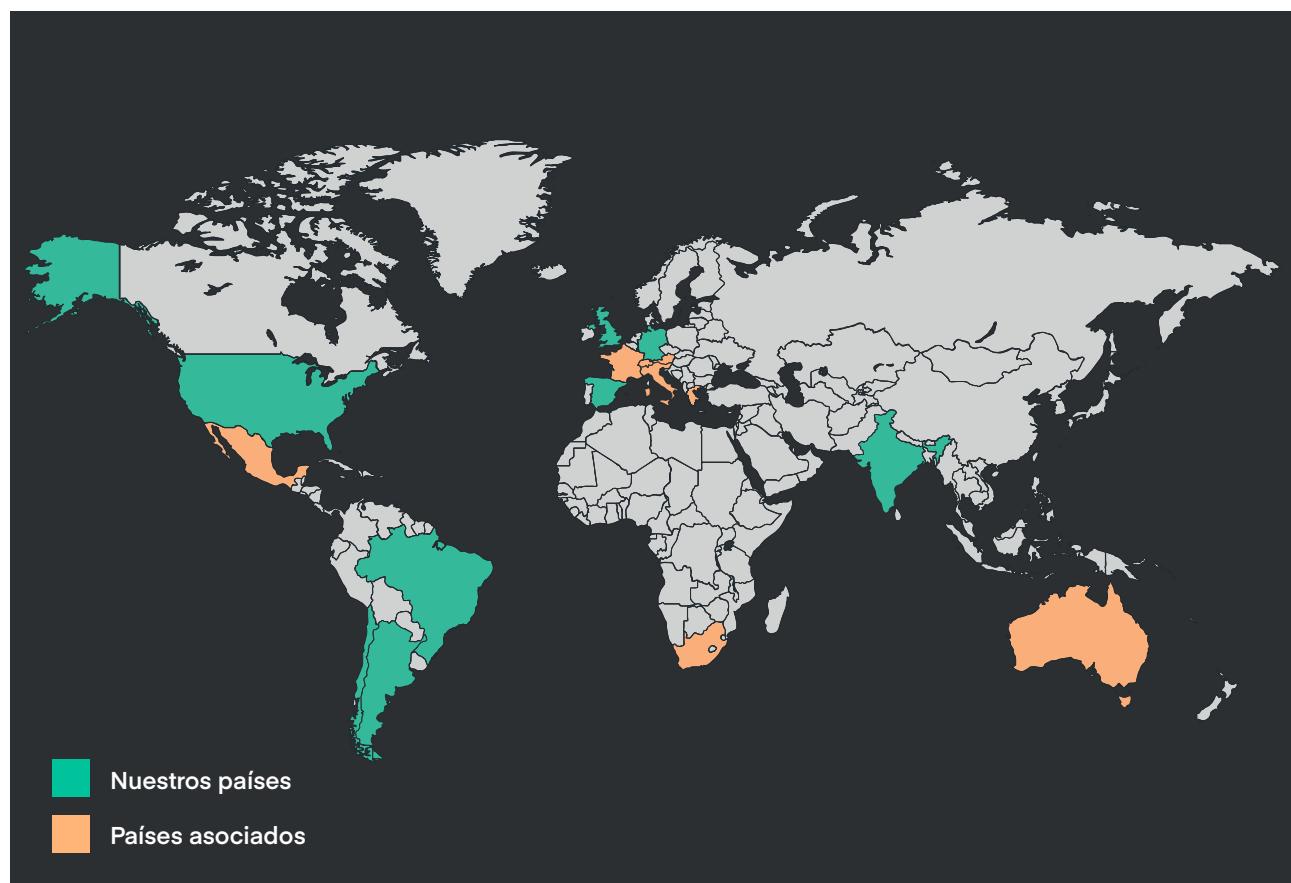
PARTICIPANTE DE VEGANUARY 2024

“Veganuary ha sido un viaje increíble para mí. Desde la dosis diaria de información, consejos y recomendaciones hasta la increíble sensación de formar parte de una comunidad que me apoya en cada paso del camino”

AUMENTAMOS NUESTRA INFLUENCIA MUNDIAL

Las organizaciones colaboradoras de Veganuary son una fuerza clave para el crecimiento de un movimiento mundial próspero. Para acercarnos a nuestra visión de un mundo vegano, necesitamos hacer que los alimentos vegetales sean visibles, sabrosos y accesibles en cualquier parte del mundo. Trabajar en

colaboración con organizaciones sin ánimo de lucro de confianza a nivel mundial nos permite llegar a más personas y empresas con nuestros recursos gratuitos y garantiza el crecimiento continuo del movimiento Veganuary.



VEGANUARY EN EL MUNDO

CAMPAÑAS ASOCIADAS DE VEGANUARY

Nuestros socios de todo el mundo adaptan la campaña Veganuary a sus contextos locales y amplían el alcance mucho más allá de nuestros países emblemáticos.

En 2024, añadimos dos nuevas campañas asociadas en Austria y Grecia, llevando el número total de campañas asociadas a nueve. ¡Estos son solo algunos ejemplos de las increíbles cosas que nuestros socios lograron este año!



Voluntarios en las calles de Grecia.

GRECIA

El alcance de Veganuary se expandió a los Balcanes con la incorporación de Vegan Life. Además de reclutar a más de una docena de embajadores de alto nivel y conseguir cobertura mediática en medios destacados como Athens Voice, Vegan Life reclutó a grandes marcas como Pizza Fan (97 tiendas en toda Grecia) y Galaxia (retailer con 132 tiendas) para que ofrecieran opciones veganas y ofertas especiales durante el mes de enero. La primera campaña griega arrancó con un evento de Veganuary en Atenas al que asistieron más de 3.000 personas para disfrutar de charlas, talleres de cocina basada en plantas y degustaciones de comida vegana.

AUSTRIA

Nuestra expansión en Austria fue liderada por Vegane Gesellschaft Österreich. Los viajeros de la estación de Viena Westbahnhof fueron recibidos durante el mes de enero con una valla publicitaria que anunciaba la campaña Veganuary. La cadena de supermercados Interspar organizó un tour culinario de Veganuary en su mercado interior de Viena.



Cartel en la fachada de la cadena de restaurantes austriaca Vapiano

SUIZA

Veganuary llegó a Suiza por quinto año gracias a Vegane Gesellschaft Schweiz y volvió a registrar una notable participación. Tres de los mayores supermercados de Suiza -Denner, Migros y Coop- apoyaron la campaña. Coop publicó una revista especial de Veganuary e incluyó una categoría de Veganuary en su sitio de compras en línea. Las tiendas Coop de toda Suiza tenían puestos de degustación con productos de una colaboración de Veganuary entre Old El Paso y Planted.

FRANCIA



Denner es la tercera cadena de supermercados de Suiza

Nuestro socio en Francia, L214, publicó llamativos anuncios en los tranvías de Burdeos que hacían referencia a los Juegos Olímpicos de París 2024 con ingeniosos eslóganes de temática deportiva como "Sumérgete en Veganuary". Participaron cerca de 150 empresas de toda Francia, incluido el gigante minorista francés Monoprix, que organizó un evento de coaching sobre Veganuary en París y colocó puestos de información sobre Veganuary en tiendas seleccionadas.



Anuncios de campaña en el tranvía de Burdeos, Francia

VEGANUARY EN EL MUNDO

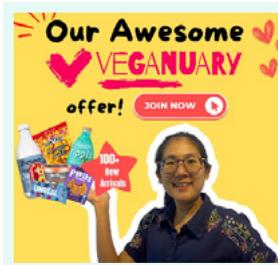
ITALIA

Essere Animali ha duplicado con creces el número de empresas participantes en Veganuary este año, hasta superar el centenar, incluidas marcas como Aldi, Aveda y Deliveroo. La participación en toda Italia siguió siendo fuerte, y todos los participantes de 2024 recibieron un exclusivo libro de recetas VIP con creaciones de celebridades y figuras públicas italianas. Veganuary también fue noticia en más de 140 medios de comunicación, entre ellos Vogue Italia.



SINGAPUR

La tienda Everyday Vegan Grocer de Singapur ofreció más de 100 nuevos productos con motivo de Veganuary y un descuento para animar a los clientes a probar el veganismo. Nuestro socio Centre for a Responsible Future organizó una proyección especial de la película Milked con una mesa redonda posterior, a la que asistieron numerosos medios de comunicación.



SUDÁFRICA

Nuestro socio ProVeg colaboró con destacadas marcas en Sudáfrica este Veganuary, incluyendo Food Lover's Market y Burger King. The Vegan Chef, un chef de alto nivel y propietario de una cadena de restaurantes, habló sobre Veganuary en dos programas de radio nacionales, y ProVeg fue entrevistado en el canal de noticias más visto de la televisión sudafricana, eNCA.

AUSTRALIA

Animals Australia inspiró a grandes marcas australianas como LUSH, Woolworths y Fry's a participar este año, y la marca de suplementos Vegetology ofreció un paquete de bienestar vegano con videos y consejos de nutrición para veganos novatos.



MÉXICO

Gracias a nuestro socio EligeVeg, nueve influencers mexicanos y celebridades no veganas se unieron a esta campaña, entre ellos músicos, actores y nutriólogos. Subway ofreció el Sub Teriyaki a los participantes de Veganuary a través de sus 780 restaurantes en México.



Gracias a nuestras organizaciones colaboradora por hacer de Veganuary un verdadero movimiento internacional e impulsar un progreso increíble para los animales.

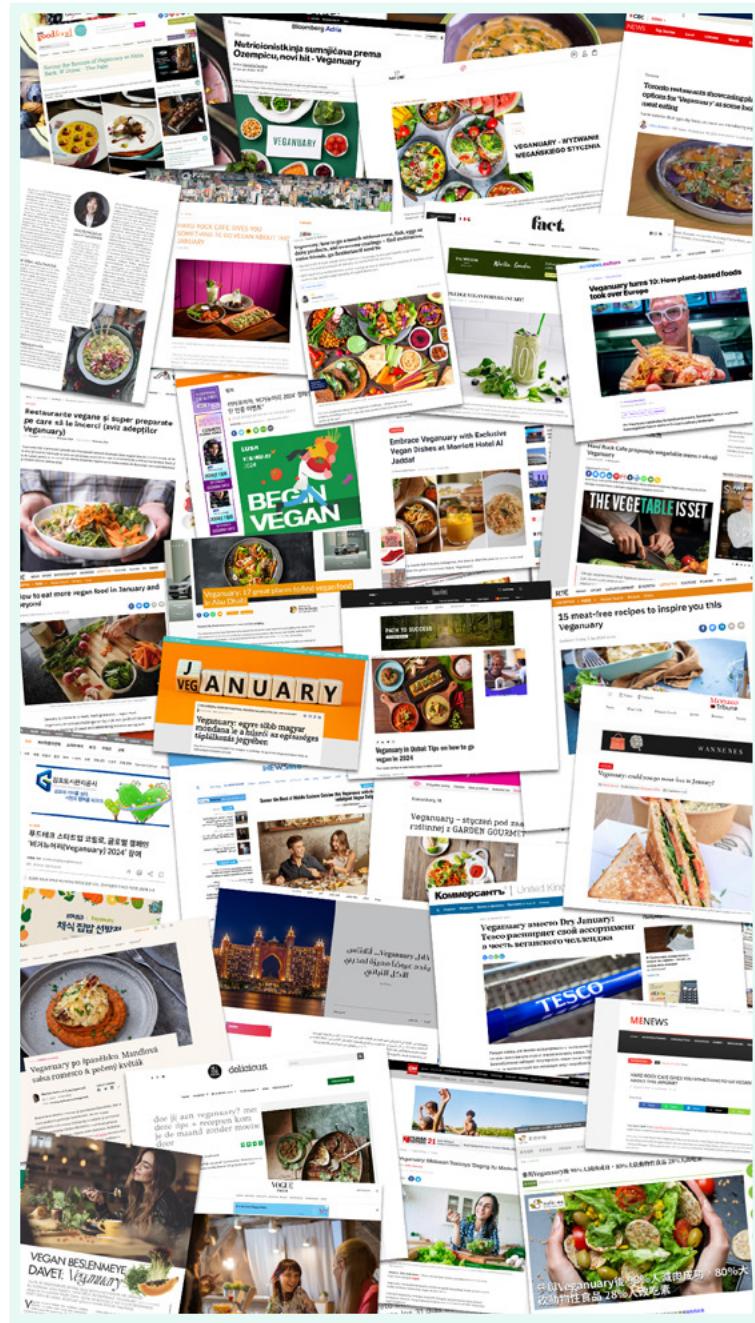


VEGANUARY EN EL MUNDO

Veganuary trasciende fronteras; nuestra influencia no se limita a los países en los que tenemos presencia oficial o asociada. Cada campaña, observamos y captamos un número abrumador de historias en los medios de comunicación y activaciones corporativas que abarcan todo el mundo.

He aquí algunas de las actividades virales que aumentaron nuestra presencia y visibilidad en 2024.

- Hemos contado más de 540 artículos de prensa que destacan el crecimiento de Veganuary en todo el mundo, como Forbes en la **República Checa**, Bloomberg en **Serbia**, BBC en **Medio Oriente** y South China Morning Post en China.
- La marca Lypid en **Taiwán** se asoció con más de 10 empresas taiwanesas, desde cafeterías de moda a restaurantes con estrellas Michelin y Marriot, para mostrar alternativas basadas en plantas.
- Una vez más, se pudo ver Veganuary en Canadá, con presencia en todas las tiendas de London Drugs y Hellmann's "plantificando" las barbacoas en todo el país.
- Las tiendas Aldi de todo el mundo celebraron el Veganuary, incluidas las de **Bélgica** y **Eslovenia**.
- Koralo organizó un concurso de cocina por Veganuary en Corea del Sur y LUSH Korea promocionó la campaña.



Queridas y queridos lectores,

Muchas gracias por apoyar Veganuary. Sin ti, todo este progreso no sería posible. Si quieres hacer una donación a Veganuary, visita www.veganuary.com/es/donar

Estamos inspirados por cómo el mundo ha acogido Veganuary hasta ahora, ¡y el futuro parece aún más brillante! Para obtener más información sobre nuestros planes de expansión continua en 2025 y más allá, consulte nuestra [Estrategia a 5 años](#).

JUNTO A USTEDES ESTAMOS CREANDO UN MUNDO MÁS AMABLE TANTO PARA LOS HUMANOS COMO PARA LOS ANIMALES. ¡GRACIAS!



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

Veganuary
PO Box 771
York, YO1 0LJ
United Kingdom

info@veganuary.com

VEGANUARY 