

VEGANUARY 2026

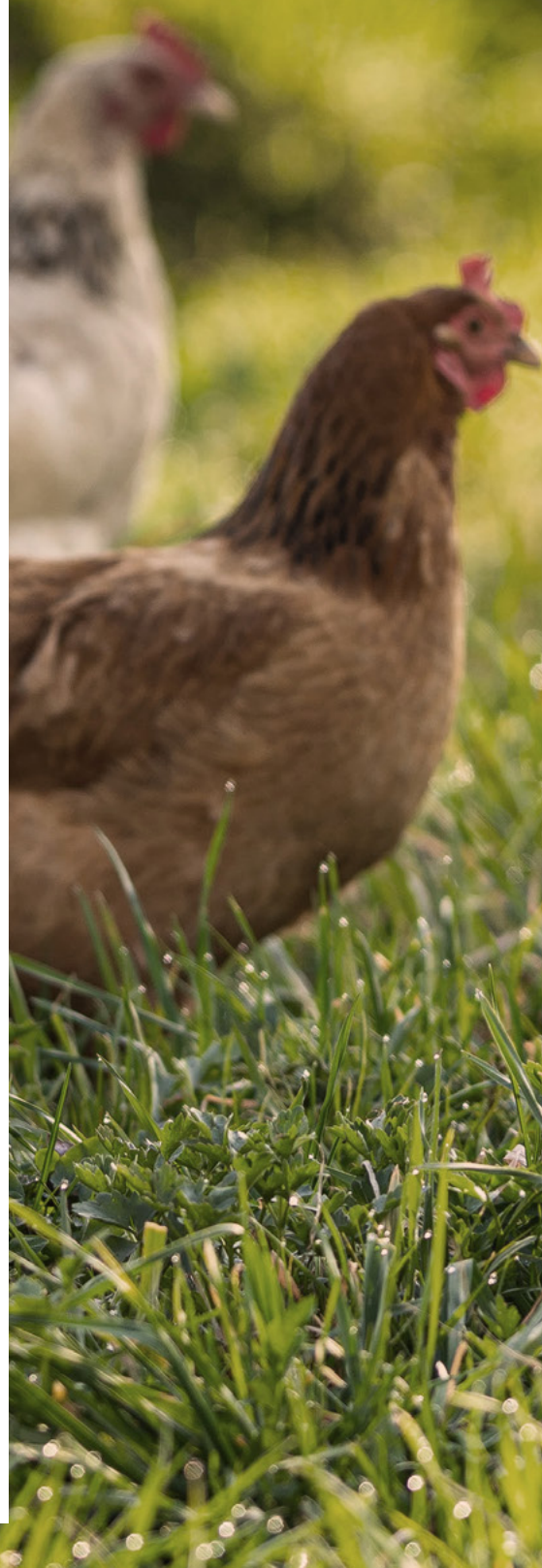
INFORME FINAL DE CAMPAÑA



VEGANUARY 

ÍNDICE

Prólogo	01
La campaña en cifras	02
Cómo Veganuary impulsa el cambio para los animales, las personas y el planeta	04
Veganuary en España	05
Veganuary sigue creciendo en España	05
Los medios españoles celebran Veganuary	06
Empresas y marcas se vuelcan con Veganuary	07
Veganuary en Estados Unidos	08
La alimentación vegetal en <i>prime time</i>	08
Haciendo que las opciones veganas sean más asequibles, fáciles de encontrar y sabrosas que nunca	09
Impulsando el cambio institucional	10
Veganuary en Reino Unido	11
Veganuary es un motor clave para la alimentación vegetal en Reino Unido	11
Marcas y supermercados apuestan por la alimentación vegetal	12
Año récord del Reto en el Trabajo en Reino Unido	13
Veganuary en Alemania	14
Veganuary, más grande y audaz que nunca en Alemania	14
Veganuary se convierte en la principal noticia gastronómica en Alemania	15
Impulsando la toma de decisiones empresariales en Alemania	16
Veganuary en Latinoamérica	17
Veganuary deja huella en toda América Latina	17
Comercios y restaurantes se suman a la campaña	18
<i>Influencers</i> y organizaciones colaboradoras amplifican la campaña	19
Veganuary en India	20
El Veganuary más grande hasta la fecha en India	20
El impulso de las grandes marcas	21
Veganuary, presente en toda India	22
Veganuary alrededor del mundo	23
Construyendo un movimiento global	23
Un movimiento global, impulsado por el conocimiento local	24
Lo más destacado de las campañas de las organizaciones colaboradoras	24
Veganuary trasciende las fronteras	28
¡GRACIAS!	29



PRÓLOGO

Estimadas colaboradoras y colaboradores, amigas y amigos:

En nuestros retiros el verano pasado, le hice al equipo una pregunta sencilla: *¿Por qué Veganuary?*

Se la hice tanto a las nuevas incorporaciones como a las personas con más antigüedad. Pregunté a compañeros en diferentes países, en distintas zonas horarias y departamentos. Cada vez, la respuesta era esencialmente la misma. Y también es la mía:

Porque tenemos esperanza.

Porque creemos, de manera obstinada y apasionada, que el mundo puede ser más amable de lo que es hoy. Más amable con los animales. Más amable con el planeta. Más amable con nosotros mismos. Y creemos que el cambio no comienza con la culpa o la perfección. Comienza con la posibilidad.

Ese espíritu de posibilidad estuvo vivo en cada rincón de la campaña 2026.

Este enero, **30 millones de personas** alrededor del mundo eligieron probar el veganismo*. Miles de negocios, desde grandes marcas hasta cafeterías, hospitales, universidades, aeropuertos, estadios deportivos y oficinas en empresas dieron un paso al frente para ampliar su oferta de opciones de origen vegetal. Nuestro mensaje llegó a los medios de comunicación de gran alcance, a las calles, a las plataformas digitales y a las cocinas de muchos hogares en 20 países.

Una y otra vez, vimos que las personas respondían a la inspiración, no a la presión. A la idea de que probar el veganismo no se trata de convertirte en alguien nuevo, sino de alinear tus acciones con tus valores.

La compasión crece cuando la puerta se abre. Y este año, con nuestra campaña "Año nuevo, siempre tú", mantuvimos esa puerta abierta de par en par.

En Reino Unido, nuestro mensaje se mostró en el Metro de Londres y en medios nacionales, ayudando a normalizar la alimentación 100 % vegetal como parte de la vida cotidiana. En España, voces influyentes del deporte y la cultura dieron mayor alcance a la campaña y la acercaron a nuevas audiencias. En América Latina, potentes campañas de publicidad exterior, colaboraciones con *influencers* y acuerdos con plataformas de reparto de comida a domicilio hicieron que la comida vegana fuera más visible y accesible que nunca. En India, celebramos el lanzamiento en hindi del reto de 31 días para llegar a aún más personas en su lengua materna. En Alemania y Estados Unidos, empresas e instituciones afianzaron su compromiso, demostrando que las opciones de origen vegetal no son una tendencia pasajera, sino un cambio duradero.

Cada uno de estos momentos se suma a algo más grande: una tendencia cultural que sigue ganando fuerza.

Si soy honesta, mi primer año como CEO no ha estado exento de desafíos. Nos hemos enfrentado a un clima cultural poco favorable y a un sector *plant-based* en plena transformación, junto con un panorama mediático en evolución. Entre bastidores, nos hemos autoanalizado. Mientras Veganuary ha pasado de ser una idea que surgió en una cocina del Reino Unido a convertirse en un movimiento global, el entorno en el que operamos se ha vuelto más competitivo y complejo. Para abordar este próximo capítulo de nuestra misión, sabemos que también debemos evolucionar.

Esta primavera, lanzaremos un nuevo y ambicioso plan estratégico, diseñado para fortalecer nuestros cimientos y afinar nuestro enfoque. Nos verás reflexionar sobre cómo convertir el auge de participación de enero en un movimiento sostenido; cómo dar forma a la tendencia durante todo el año, no solo en los momentos álgidos; cómo trabajar con empresas e instituciones para impulsar un cambio estructural más profundo; y cómo implementar la última tecnología para coordinar nuestros esfuerzos internacionales con el fin de maximizar el impacto global.

A nuestros donantes, colaboradores, embajadores, voluntarios y participantes: gracias. No solo estáis apoyando una campaña, estáis ayudando a transformar las normas, a influir en los mercados y a proteger a los animales en todo el mundo. Estamos viendo cómo se afianza el cambio: en los datos, en la cobertura mediática, en los pasillos de los supermercados, en las salas de juntas de las empresas, y en los millones de personas que decidieron, aunque solo fuera por 31 días, probar algo más amable.

La esperanza, al fin y al cabo, no es pasiva. Se construye elección a elección, cambio a cambio, año tras año. Ya hemos demostrado lo que es posible. Ahora nos toca construir, juntos, el próximo capítulo.

Con toda mi gratitud y determinación,

Wendy Matthews

Wendy Matthews
CEO, VEGANUARY



*Basado en encuestas de participación que encargamos en nuestros países principales y en los datos de población de esos países.

LA CAMPAÑA EN CIFRAS



Nuestro contenido en redes sociales fue visto **157 MILLONES** de veces



30 MILLONES de personas en todo el mundo probaron el veganismo durante enero de 2026 (basado en encuestas de participación que encargamos en nuestros países principales y en los datos de población de esos países)

276 ORGANIZACIONES participaron en el Reto en el Trabajo en todo el mundo



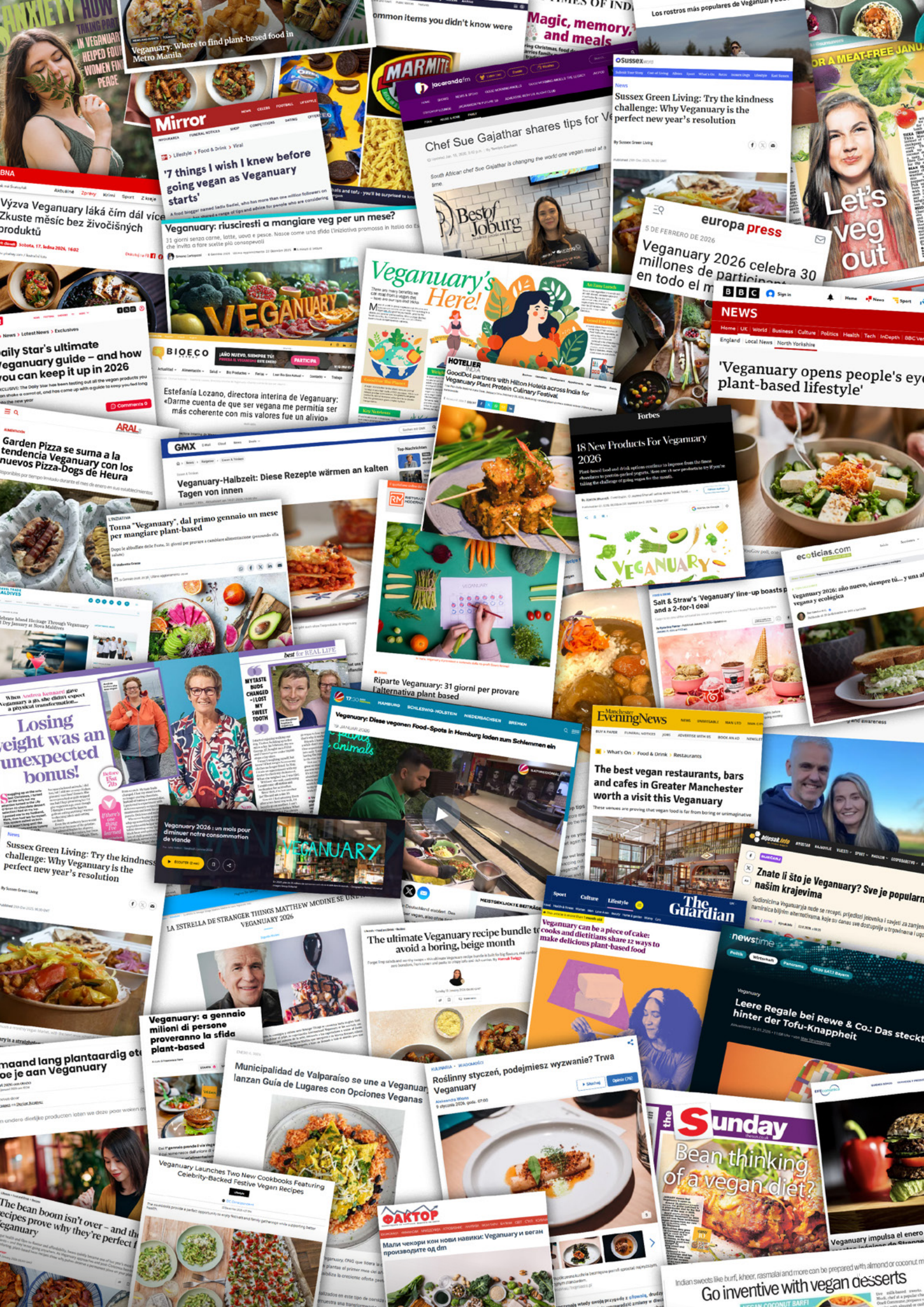
13,2 MILLONES de correos electrónicos enviados con recursos de apoyo



9.742 noticias en medios de comunicación sobre Veganuary a nivel global



1.187 NUEVOS PRODUCTOS Y OPCIONES DE MENÚ se lanzaron por Veganuary 2026 en todo el mundo



Mirror
Lifestyle > Food & Drink > Viral
'7 things I wish I knew before going vegan as Veganuary starts'
A food blogger named Jacca Beaulin, who has more than 100,000 followers on Instagram, has shared a range of tips and advice for people who are considering going vegan for the first time.

South African chef Sue Gajathar shares tips for Veganuary
South African chef Sue Gajathar is changing the world one vegan meal at a time.

Sussex Green Living: Try the kindness challenge: Why Veganuary is the perfect new year's resolution
By Sussex Green Living

Let's veg out

europa press
5 DE FEBRERO DE 2026
Veganuary 2026 celebra 30 millones de participantes en todo el mundo

VEGANUARY
Estefanía Lozano, directora interina de Veganuary: «Darme cuenta de que ser vegana me permitía ser más coherente con mis valores fue un alivio»

Veganuary's Here!
HOTELIER
GoodHotel partners with Hilton Hotels across India for Veganuary Plant Protein Culinary Festival.

NEWS
Home UK World Business Culture Politics Health Tech InDepth BBC
'Veganuary opens people's eyes to plant-based lifestyle'

daily Star's ultimate Veganuary guide - and how you can keep it up in 2026
EXCLUSIVE: The Daily Star has been testing out the vegan products you can make at home, and now come up with the guide to keep you on track in 2026.

ARAL
Garden Pizza se suma a la tendencia Veganuary con los nuevos Pizza-Dogs de Heura
Responsables por tiempo limitado durante el mes de enero en sus establecimientos.

GMX
Veganuary-Halbzeit: Diese Rezepte wärmen an kalten Tagen von innen

18 New Products For Veganuary 2026
Plant-based beef and beef options continue to improve from the festive season to the start of the new year. Here are 18 new products to try if you're looking for the challenge of going vegan for the month.

Selt & Straw's 'Veganuary' line-up boasts a 2-for-1 deal
The Selt & Straw team has announced its Veganuary line-up, featuring a 2-for-1 deal on all plant-based drinks.

ecocias.com
Veganuary 2026: año nuevo, siempre tú... y una vida más vegana y ecológica

LINDAVITA
Torna 'Veganuary', dal primo gennaio un mese per mangiare plant-based
Dopo le allusioni delle Feste, 31 giorni per provare a cambiare alimentazione (prestando alla salute).

best for REAL LIFE
MY TASTE BUDS CHANGED - I LOST MY SWEET TOOTH

Riparte Veganuary: 31 giorni per provare l'alternativa plant based

Evening News
What's On > Food & Drink > Restaurants
The best vegan restaurants, bars and cafes in Greater Manchester worth a visit this Veganuary
These venues are proving that vegan food is far from boring or unimaginative.

Znate li što je Veganuary? Sve je popularn našim krajevima
Sudioničica Veganurija mede se recepti, predlozi jasnika i savjeti za zarjevanje namirnica biljnih alternativama, koje su danas sve dostupnije u trgovinama i ugostiteljstvu.

Losing weight was an unexpected bonus!
When Andrea Komarova started Veganuary in 2024, she didn't expect a physical transformation...

Sussex Green Living: Try the kindness challenge: Why Veganuary is the perfect new year's resolution

Veganuary: Diese veganen Food-Spots in Hamburg laden zum Schlemmen ein

The Guardian

news:time
Leere Regale bei Rewe & Co.: Das steckt hinter der Tofu-Knappheit

Veganuary 2026: un mois pour diminuer notre consommation de viande

LA ESTRELLA DE STRANGER THINGS MATTHEW MODINE SE UNE A VEANUARY 2026

The ultimate Veganuary recipe bundle to avoid a boring, beige month
Forget limp salads and soy-wax in this ultimate Veganuary recipe bundle for the biggie, burgers, and donuts, hot sauce and pasta to enjoy with rich sauce by **Wendy Wong**.

Veganuary can be a piece of cake: cooks and dietitians share 12 ways to make delicious plant-based food

the Sunday
Bean thinking of a vegan diet?

maand lang plantaardig eten hoe je aan Veganuary

Municipalidad de Valparaiso se une a Veganuary lanzan Guía de Lugares con Opciones Veganas

Roślinny styczeń, podejmiesz wyzwanie? Trwa Veganuary
Mali chechri kon novi navikli: Veganuary i vegan proizvodite od dm

the Sunday
Go inventive with vegan desserts

Veganuary impulsa el enero vegano

The bean boom isn't over - and the recipes prove why they're perfect for Veganuary

Veganuary Launches Two New Cookbooks Featuring Celebrity-Backed Festive Vegan Recipes

Swedish sweets like burlf, kheer, rasamalai and more can be prepared with almond or coconut milk. Go inventive with vegan desserts

the Sunday
Go inventive with vegan desserts

Veganuary impulsa el enero vegano

CÓMO VEGANUARY IMPULSA EL CAMBIO PARA LOS ANIMALES, LAS PERSONAS Y EL PLANETA

Veganuary es una organización sin ánimo de lucro que anima a las personas en todo el mundo a probar el veganismo en enero, y más allá. Desde nuestro lanzamiento en 2014, hemos inspirado a millones de personas a participar en el reto de 31 días y hemos tenido participantes de casi todos los países del mundo.

A través de nuestra campaña anual, ayudamos a derribar las barreras que muchas personas se encuentran al comer vegano, y trabajamos con miles de empresas e instituciones para ampliar la oferta de opciones de origen vegetal.

La amplia cobertura mediática de Veganuary y su sólida presencia en redes sociales ayudan a que la alimentación 100 % vegetal llegue a millones de personas cada enero, creando lo que llamamos el "efecto Veganuary". Este aumento de visibilidad contribuye a normalizar la comida de origen vegetal y favorece cambios alimentarios duraderos, con beneficios para los animales, el planeta y la salud humana. Y el impacto no se limita a enero: cerca del 80 % de las personas que han participado en años anteriores afirman que, a largo plazo, planean reducir su consumo de productos de origen animal al menos

a la mitad, ampliando el alcance de Veganuary mucho más allá del reto inicial de 31 días.

LA IMPORTANCIA DE NUESTRO TRABAJO

Nuestro sistema alimentario actual es insostenible y no puede abastecer a una población mundial en crecimiento. La ganadería industrial causa un enorme sufrimiento a miles de millones de animales cada año y es uno de los principales responsables del cambio climático, la deforestación, la pérdida de biodiversidad y la contaminación. Además, supone riesgos cada vez mayores para la salud pública. Se ha demostrado que una alimentación basada en alimentos vegetales y poco procesados reduce el riesgo de enfermedades cardiovasculares, diabetes tipo 2, obesidad y ciertos tipos de cáncer, mientras que las dietas ricas en productos de origen animal se asocian con diversos problemas de salud.

Por eso promovemos las alternativas de origen vegetal y la transición hacia un mundo vegano. A través de la campaña de Veganuary, seguimos demostrando que elegir opciones más compasivas no solo es posible: es el futuro. Hoy, Veganuary cuenta con campañas oficiales en 20 países. Y, tras 12 años, no tenemos intención de bajar el ritmo.

NUESTRA VISIÓN

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

NUESTRA MISIÓN

Nuestra misión es inspirar y apoyar a las personas a probar el veganismo, impulsar el cambio corporativo y crear un movimiento global a gran escala que promueva elecciones alimentarias compasivas, con el objetivo de terminar con la ganadería industrial, proteger el planeta y mejorar la salud humana.

VEGANUARY EN ESPAÑA

VEGANUARY SIGUE CRECIENDO EN ESPAÑA

En España, Veganuary 2026 supuso mayor visibilidad, más voces influyentes y una comunidad en pleno crecimiento, contribuyendo a que la alimentación vegetal sea una opción cada vez más presente en la vida cotidiana de la ciudadanía.

El inspirador mensaje “Año nuevo, siempre tú” llegó en España a públicos muy diversos a través de múltiples canales de comunicación. La campaña de publicidad exterior en mupis y pantallas digitales se desplegó en zonas estratégicas de Madrid, combinando áreas céntricas y turísticas con barrios más populares para conectar con todo tipo de audiencias.



De forma complementaria, Veganuary activó una campaña digital multicanal con el soporte de **Bio Eco Actual**, medio de referencia en medio ambiente y sostenibilidad. Con distintos formatos de publicidad en su *newsletter*, página web y redes sociales, la campaña amplió su presencia online y reforzó su alcance territorial, con contenidos también en catalán.



Este año, la atleta paralímpica **Elena Congost** apoyó a Veganuary, demostrando que una dieta 100 % vegetal es compatible con el rendimiento deportivo de alto nivel. Congost, medallista de oro en maratón en Río 2016 y medallista de plata en 1.500m en Londres 2012, se unió a la embajadora y subcampeona mundial de natación artística **Emma García** para inspirar a los participantes. Actores reconocidos como **Dani Rovira**, **Clara Lago**, **Núria Gago** y **Elisabeth Larena** también prestaron su apoyo, ayudando a que Veganuary llegue a más personas.



La **cuenta de Instagram de Veganuary España** creció **un 59 %** durante el año de campaña 2026, cerrando enero con más de 22.600 seguidores. Además del apoyo de embajadores, las colaboraciones en Instagram con creadores de contenido ayudaron a llevar Veganuary a cientos de miles de personas interesadas en la salud, el planeta y los animales.

VEGANUARY EN ESPAÑA

LOS MEDIOS ESPAÑOLES CELEBRAN VEGANUARY

Veganuary contó este año con una amplia cobertura mediática en España. Tanto las principales agencias de prensa como medios generalistas se hicieron eco de la campaña y de su impacto.

La revista **Diez Minutos**, una de las publicaciones más influyentes del panorama mediático español, dedicó a Veganuary un extenso reportaje en su edición impresa. Como revista femenina de gran alcance, *Diez Minutos* es un medio clave para amplificar tendencias relacionadas con hábitos cotidianos, estilo de vida y bienestar. A través de esta cobertura, Veganuary llegó al corazón de otro de los perfiles clave de la campaña 2026: las personas que valoran su bienestar y buscan una alimentación variada, deliciosa y nutritiva.

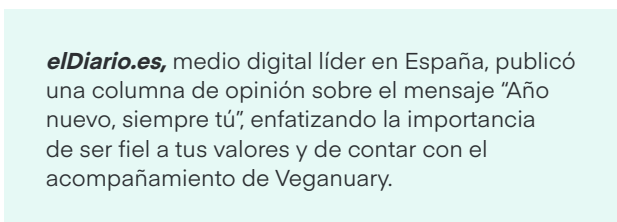


Junto a estos grandes medios de comunicación, **Bio Eco Actual**, medio de referencia en sostenibilidad, profundizó en el enfoque de Veganuary a través de una entrevista con Estefanía Lozano Martínez, nuestra directora interina de Veganuary España.

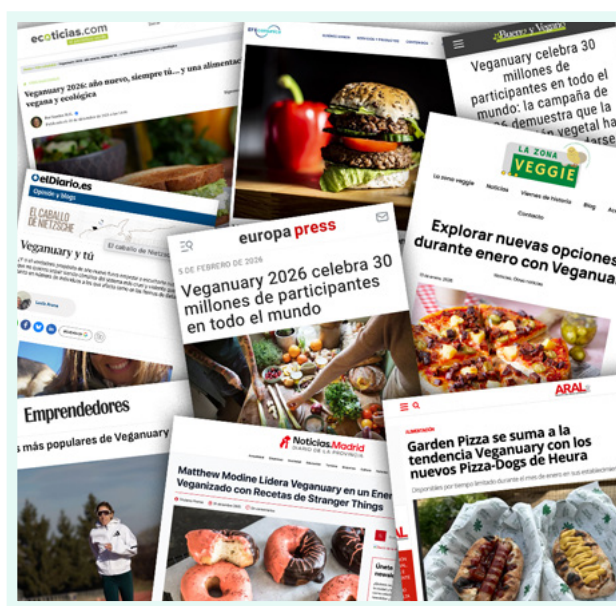
La participación de marcas y empresas también despertó el interés de los medios, que se hicieron eco de algunos de los principales lanzamientos de productos y ofertas especiales presentadas durante enero.



El País, el periódico más leído de España, publicó un artículo sobre la evolución de la alimentación vegetal, con la participación de Veganuary.



eDiario.es, medio digital líder en España, publicó una columna de opinión sobre el mensaje “Año nuevo, siempre tú”, enfatizando la importancia de ser fiel a tus valores y de contar con el acompañamiento de Veganuary.



VEGANUARY EN ESPAÑA

EMPRESAS Y MARCAS SE VUELCAN CON VEGANUARY

Más de 100 empresas se sumaron a la ola de Veganuary en España en 2026, con descuentos, acciones especiales y lanzamientos de nuevos productos.

Entre los **lanzamientos** más destacados se encuentran los nuevos tequeños 100 % vegetales de Amara, una marca de Zyrcular Foods; la colaboración entre Garden Pizza y Heura para lanzar los Pizza-Dogs; el cachopo Mencía de Vanetta Foods; y la nueva empanada Tüna de Las Muns, creada en colaboración con Garden Gourmet.

La campaña también incluyó **acciones especiales** para involucrar a los participantes del reto durante todo enero. Zyrcular Foods realizó un reparto gratuito de 50 hamburguesas en el restaurante Santa y Pura, así

como un *showcooking* en el Instituto MOM Culinary de Madrid. Philadelphia compartió recetas veganas, realizó un sorteo con AVUS Foods y fomentó la participación a través de redes sociales.

Además, decenas de empresas activaron **descuentos** durante enero para facilitar el acceso a los productos de origen vegetal. Jata ofreció descuentos especiales en su *milker*, y Sojasun lanzó una promoción en su gama *high protein*, disponible en la web de la cadena de supermercados Alcampo. Better Balance, por su parte, reforzó la visibilidad de sus descuentos en salchichas vegetales en supermercados durante todo enero.

Este nivel de implicación demuestra que el sector alimentario y de la restauración en España está dando respuesta a una demanda creciente y cada vez más diversa de opciones vegetales.



JORGE LÓPEZ, DIRECTOR DE OPERACIONES EN ZYRCULAR FOODS

“Para Zyrcular Foods, Veganuary es una oportunidad para inspirar a más personas, impulsar la innovación en el sector y reforzar nuestro compromiso con un modelo alimentario más sostenible, accesible y alineado con el futuro del planeta”.

ÁGUEDA UBEIRA, CEO DE VANETTA FOODS

“Participar en Veganuary nos permite formar parte de un movimiento que impulsa cambios reales desde la comida y la cultura gastronómica. Para Vanetta ha sido una oportunidad de compartir nuestra visión, generar conexión y acercar la cocina plant-based a más personas, desde el disfrute y la tradición”.

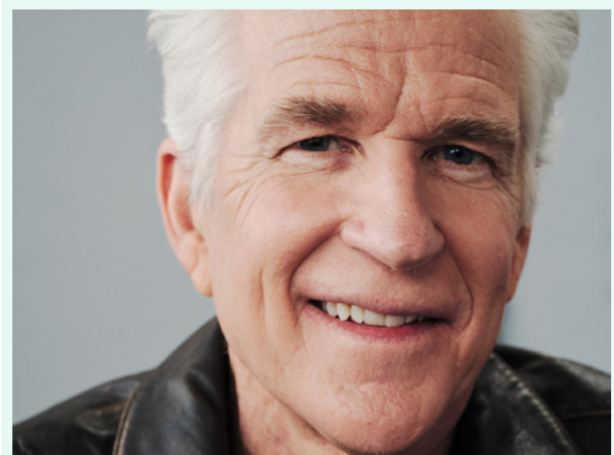
VEGANUARY EN ESTADOS UNIDOS

LA ALIMENTACIÓN VEGETAL EN *PRIME TIME*

El apoyo de celebridades siempre ha sido un motor clave de la visibilidad de Veganuary, y 2026 no fue la excepción.

Estrellas de la serie más vista del año, "Stranger Things", y del gran favorito del *prime time*, "Dancing with the Stars", se sumaron como embajadores oficiales de Veganuary, poniendo la campaña directamente en el centro del foco mediático. El apoyo también llegó desde rincones inesperados, como el jugador de la NFL Deatrich Wise Jr. y el entrañable The Tiny Chef, una sensación en redes sociales que compartió Veganuary con sus seis millones de seguidores.

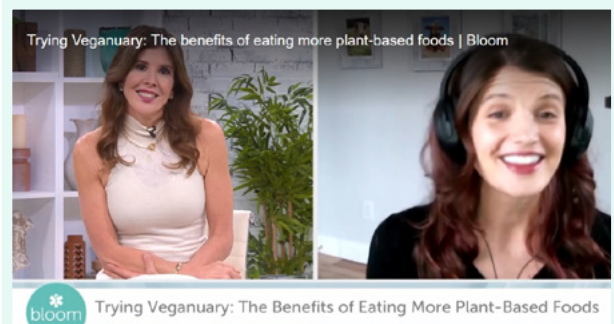
Veganuary también arrasó en los programas matinales de todo el país, con espacios que ofrecían a la audiencia razones de peso y herramientas prácticas para probar el veganismo. De Los Ángeles a Nueva York, y de Washington D. C. a Huntsville, Alabama, el mensaje fue claro: la alimentación vegetal es accesible, fácil de seguir y para todo el mundo. Esta amplitud de cobertura hizo más que impulsar a la acción: ayudó a normalizar, a gran escala, el veganismo.



El actor **Matthew Modine**, famoso por su papel como Papa en "Stranger Things", animó a los fans a probar Veganuary como un paso hacia un planeta más sostenible y humano.



La *influencer* @sweetpotatosoul preparó en antena recetas del libro de cocina de Veganuary, en Fox 5 en Washington, DC.



La CEO de Veganuary, Wendy Matthews, habló sobre los beneficios de comer vegano en "Bloom", el programa matinal de Tampa Bay (Florida).



La sensación de redes sociales @thetinychefshow compartió recetas veganas con millones de seguidores por Veganuary.

VEGANUARY EN ESTADOS UNIDOS

HACIENDO QUE LAS OPCIONES VEGANAS SEAN MÁS ASEQUIBLES, FÁCILES DE ENCONTRAR Y SABROSAS QUE NUNCA

Para los consumidores estadounidenses, el precio, el sabor y la comodidad han sido durante mucho tiempo los principales factores que determinan sus decisiones alimentarias.

En los últimos años, la salud y el bienestar, así como el impacto social y ambiental, también se han convertido en factores cada vez más importantes. Veganuary busca dar respuesta a todas estas prioridades trabajando con marcas para ampliar y mejorar su oferta vegana, animándolas a invertir en campañas de marketing durante enero, y ofreciendo promociones especiales que hacen que probar opciones veganas sea accesible y atractivo.

Probar el veganismo por primera vez puede imponer, por eso nos encantó que **Costco Connection** nos invitara a compartir consejos prácticos para hacer sustituciones de origen vegetal sencillas y apetecibles en los platos de siempre. El artículo también nos permitió destacar que una alimentación vegana puede ser abundante en alimentos integrales y poco procesados. Cada mes, Costco envía por correo 15,4 millones de ejemplares de *Costco Connection* a sus socios, ampliando enormemente el alcance de nuestro mensaje.



La cadena **MOD Pizza** introdujo dos nuevas pizzas veganas especiales por Veganuary en sus 500 pizzerías. Además, eliminó los recargos por alternativas veganas a los lácteos y a la carne, reduciendo la barrera para que quienes sienten curiosidad puedan probar opciones de origen vegetal.



Para quienes temen que hacerse vegano pueda sentirse limitante, cadenas muy queridas en EE. UU. como **Voodoo Doughnut** y **Salt & Straw** demostraron que elegir alimentos que son mejores para los animales y el planeta también puede ser totalmente gratificante y delicioso.



El patrocinador oficial de Veganuary, NotCo, lanzó ofertas especiales en sus productos de origen vegetal durante todo el mes en algunos de los supermercados más populares del país, incluyendo **Walmart, Publix, Target** y otros.



Cadenas de smoothies como **Rush Bowls** y **Smoothie King** ofrecieron promociones 2x1 y descuentos especiales por Veganuary, haciendo que probar y compartir opciones veganas sea más fácil.

CHARAE CARTER JENKINS, VP DE MARKETING EN MOD PIZZA

"Veganuary es el momento perfecto para celebrar aquello que mejor hace MOD: ofrecer opciones. Nos entusiasma destacar nuestras pizzas Bluffalo y Garden Variety este mes de enero y, al mismo tiempo, seguir dando a los clientes veganos la libertad de crear su propia pizza exactamente como la quieren. En MOD, realmente hay opciones para todo el mundo".

VEGANUARY EN ESTADOS UNIDOS

IMPULSANDO EL CAMBIO INSTITUCIONAL

A través de colaboraciones con organizaciones y de nuestro Reto en el Trabajo, Veganuary llegó a escuelas, ayuntamientos y oficinas de empresas de todo el país.

Nuestros kits de herramientas y recursos gratuitos hacen que a las empresas les resulte fácil y divertido animar a sus equipos a probar la alimentación de origen vegetal y a tomar decisiones más saludables y sostenibles en el nuevo año.

También nos asociamos con Humane World for Animals para impulsar por segunda vez el reto Forward Food x Veganuary. Esta iniciativa ayuda a las escuelas a incorporar opciones vegetales en sus menús mediante capacitación del personal, materiales de comunicación y muestras de productos veganos.



Estudiantes de escuelas públicas probaron bocados de tofu como parte del piloto de Forward Food, en colaboración con el **Departamento de Educación del Estado de Hawái**.

**TARA JOHNSON,
REPRESENTANTE DEL DISTRITO
ESCOLAR DEL CONDADO DE DOUGLAS**

“Es increíble la cantidad de estudiantes que se mostraron interesados en que haya más opciones de origen vegetal en el menú y a quienes les encantaría ver más aún el año que viene.”

El Ayuntamiento de West Hollywood animó a sus habitantes a participar en Veganuary y promocionó opciones de restaurantes veganos en toda la ciudad como parte de la implementación del Plant Based Treaty.

RETO EN EL TRABAJO

Casi **30 empresas y organizaciones en EE. UU.** participaron en el Reto en el Trabajo de Veganuary, representando a sectores que van desde los medios de comunicación y la educación hasta el transporte.

DAIMLER TRUCK

VONAGE

EY

KSPS PBS

UNIVERSITY OF LOUISVILLE

VEGANUARY EN REINO UNIDO

VEGANUARY ES UN MOTOR CLAVE PARA LA ALIMENTACIÓN VEGETAL EN REINO UNIDO

Veganuary 2026 vio cómo las presentadoras de televisión Kate Lawler y Kirsty Gallacher participaban en el reto de 31 días, motivadas por el bienestar animal y por su propia salud.

Nuestro libro de cocina digital de celebridades volvió a llevar a las estrellas a los hogares: la premiada actriz Olivia Colman compartió su Tadka Dal favorito, junto con platos emblemáticos de los chefs Ainsley Harriott, Levi Roots y Kwoklyn Wan.

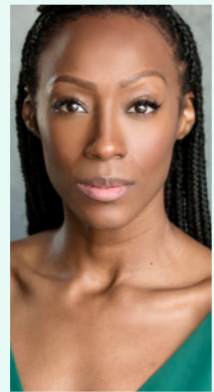
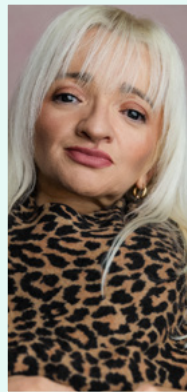
La campaña fue noticia en todo el Reino Unido: desde medios nacionales como *The Guardian*, *The Independent*, *Daily Mirror*, *BBC*, *Daily Star* y *The Sun*,

hasta cientos de periódicos y emisoras de radio regionales.

Este año nos enorgulleció dar la bienvenida a nuevas embajadoras y embajadores de Veganuary: la defensora de las personas con discapacidad y escritora Samantha Renke; la actriz Victoria Ekanoye; la autora de bestsellers Jane Fallon; y el creador de contenido Priyansh Parekh, el autoproclamado "Rey del tofu" en internet, quienes apoyaron la campaña y compartieron nuestro mensaje con sus audiencias. Además, durante dos semanas, nuestra valla publicitaria en el Metro de Londres fue vista más de tres millones de veces, contribuyendo a normalizar el hecho de probar el veganismo e inspirando a más personas a participar.



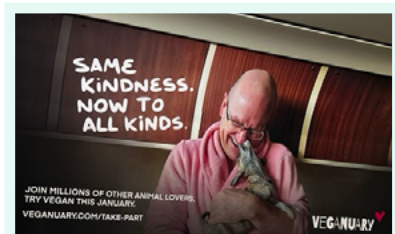
Las historias de antiguos participantes de Veganuary aparecieron en revistas como *Take a Break*, *Best y Closer*, demostrando que Veganuary es mucho más que un reto de un mes.



Newcastle United celebró Veganuary destacando en su web y redes sociales la creciente variedad de opciones veganas disponibles los días de partido en St. James' Park. El jugador **Nick Woltemade** probó el menú y habló sobre su experiencia como futbolista que sigue una alimentación *plant-based*.



La presentadora de televisión y defensora de los animales **Kate Lawler** documentó su experiencia con el reto de 31 días para los oyentes de su podcast y sus seguidores en redes sociales, compartiendo recetas y sus visitas a restaurantes durante todo el mes.



Como parte de nuestra campaña "Año nuevo, siempre tú", una valla publicitaria del Metro de Londres mostró el lema: "El mismo cariño. Ahora incluyendo a todos", invitando a los amantes de los animales a ampliar su compasión a todas las especies al probar el veganismo.

VEGANUARY EN REINO UNIDO

MARCAS Y SUPERMERCADOS APUESTAN POR LA ALIMENTACIÓN VEGETAL

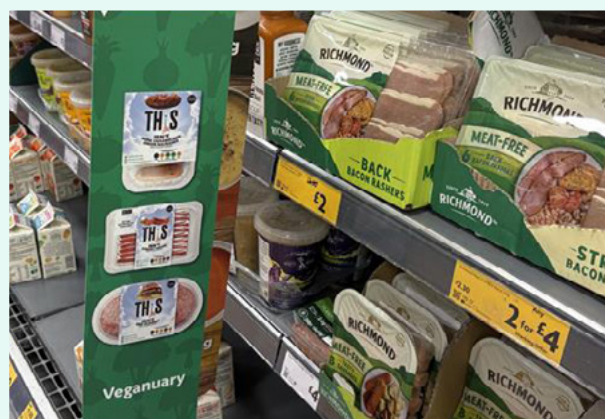
En todo el Reino Unido, cientos de marcas, restaurantes y cadenas de supermercados se sumaron a Veganuary 2026.

A lo largo de enero, tanto pequeños negocios como grandes marcas lanzaron una amplia gama de nuevos productos y menús 100 % vegetales, además de promociones y descuentos especiales por Veganuary.

Estos lanzamientos y ofertas no solo ampliaron la variedad disponible, sino que también hicieron que Veganuary fuera más visible y accesible tanto en las principales calles comerciales como en los lineales de los supermercados de todo el país, invitando a la gente a explorar opciones de origen vegetal como parte de su rutina diaria.



La alimentación vegetal, la proteína y la salud digestiva fueron temas clave entre los supermercados del Reino Unido este enero. **Marks & Spencer** presentó nuevos productos, como el kéfir de coco, y amplió su gama congelada Plant Kitchen con novedades como "pulled pork" a base de setas, albóndigas y carne picada de proteína de guisante.



Tiendas y supermercados también celebraron Veganuary con una comunicación centrada en destacar las opciones vegetales. **Morrisons, Iceland y Food Warehouse** apoyaron la campaña con publicidad en el punto de venta y descuentos para animar a los compradores a probar algo nuevo, mientras que **Sainsbury's, Aldi, Tesco y Waitrose** promocionaron sus gamas *plant-based* en redes sociales, destacando ofertas con buena relación calidad-precio y nuevos lanzamientos.



Cientos de cadenas de restauración y establecimientos independientes apoyaron Veganuary este año, con platos veganos apetecibles para quienes salieron a comer fuera en enero. Entre las propuestas más destacadas están el **Root Veg Taco de Wahaca** y el **Udonara de Wagamama**. Y también hubo novedades regionales: **Jam Delish**, en Londres, incorporó vieiras vegetales de seta *king oyster* y *ackee*, y **Wholesome Junkies**, en Manchester, creó una fuente para compartir de inspiración china especialmente para Veganuary.

VEGANUARY EN REINO UNIDO

AÑO RÉCORD DEL RETO EN EL TRABAJO EN REINO UNIDO

En 2026, el Reto en el Trabajo batió récords en Reino Unido, con 134 participantes de sectores muy diversos, como hospitales y servicios del sistema público de salud (NHS), medios de comunicación, ayuntamientos y otras entidades del sector público, y universidades.

Por primera vez, Veganuary organizó un *webinar* para todas las empresas participantes para mostrar cómo apostar por opciones de origen vegetal puede ayudar a crear un entorno de trabajo más sostenible.

La marca de desodorantes **Wild** se implicó a fondo este Veganuary. Pusieron en marcha un sistema de puntos para fomentar una competición sana y organizaron una charla con el activista Ed Winters. También coordinaron una venta benéfica de repostería vegana, destinando la recaudación a Veganuary y a Surge Sanctuary.

Este año, muchas empresas apostaron por la creatividad para motivar a su personal. La agencia de marketing **Logobrand** envió paquetes de bienvenida a los participantes, creó un espacio específico en Microsoft Teams para compartir platos y recetas favoritas y, además, organizó una comida vegana en la oficina con chili con arroz casero, tarta y helado para reunir al equipo.

La agencia de marketing digital **Sleeping Giant Media** también se sumó al reto y, durante todo enero, ofreció desayunos, comidas y snacks 100 % veganos en la oficina. A través de la intranet de la empresa se compartieron recursos de Veganuary, recetas y documentales, y se animó al equipo a explorar una alimentación vegetal y a participar en iniciativas sostenibles durante todo el año, impulsadas por su equipo interno de sostenibilidad.

LUKE QUILTER, CEO EN SLEEPING GIANT MEDIA

"Es muy importante que animemos a la gente a descubrir Veganuary y a reflexionar sobre el impacto positivo que puede tener para ellos, para el planeta y para los animales. Como empresa B Corp, estamos muy centrados en cómo podemos reducir nuestro impacto en el mundo que nos rodea, y Veganuary es una buena oportunidad para seguir manteniendo esa conversación tanto dentro del equipo como con nuestro entorno."



Varios hospitales y servicios del sistema público de salud (NHS) en todo el Reino Unido compartieron en redes sociales sus actividades del Reto en el Trabajo, con iniciativas como la de Clatterbridge Cancer Care. Decoraron la sala con carteles de Veganuary y el personal pudo degustar bebidas vegetales, queso, quiche y dulces. Por su parte, King's College Hospital NHS Foundation Trust celebró su comida de Veganuary más multitudinaria hasta la fecha, con 400 raciones de boloñesa de lentejas y brownies veganos.



Ernst & Young, una de las empresas veteranas del Reto en el Trabajo, celebró su *webinar* anual de Veganuary, con la participación de Martin Holden-White, fundador de Grubby, y del asesor sénior del sector T.K. Pillan. Ambos compartieron su visión sobre el futuro de la alimentación vegetal y aportaron información valiosa sobre el sector.

EMMA BARBER, RESPONSABLE DE EXPERIENCIA DEL CLIENTE EN WILD

"En Wild, celebramos Veganuary con la mente abierta y el estómago lleno. Con iniciativas como ventas benéficas de repostería en la oficina y charlas de activistas para desmontar mitos, estamos demostrando que pasarse a las alternativas veganas y sostenibles no tiene por qué ser aburrido. ¡Gracias a Veganuary por ayudarnos a impulsar el cambio!"

VEGANUARY EN ALEMANIA

VEGANUARY, MÁS GRANDE Y AUDAZ QUE NUNCA EN ALEMANIA

Cuando un presentador de televisión tan conocido como **Joko Winterscheidt** lanza una marca de chocolate vegano, los aficionados al fútbol piden perritos calientes veganos en el estadio Allianz Arena de Múnich, los medios informan de escasez de tofu en todo el país y la Agencia Federal de Medio Ambiente de Alemania impulsa una campaña a favor de las bebidas vegetales, entonces sabes que es Veganuary.

Para arrancar la campaña de 2026, nuestro equipo en Alemania preparó unas cajas con un bonito diseño, que incluían un plan semanal de recetas de Veganuary, una guía práctica para la compra y sustituciones de ingredientes muy sencillas. Alrededor de 250 *influencers* y medios de comunicación recibieron las cajas, lo que generó contenido en redes y cobertura en prensa a lo largo de todo enero. Veganuary estuvo presente en todo el país: nuestra campaña de publicidad exterior llegó a grandes ciudades y muchas empresas se sumaron para invitar a millones de personas a probar la alimentación vegana.



La Agencia Federal de Medio Ambiente de Alemania (Umweltbundesamt) alineó su campaña de bebida vegetal "Ware Wunder" con Veganuary, animando a personas y empresas a tomar decisiones alimentarias más respetuosas con el clima.



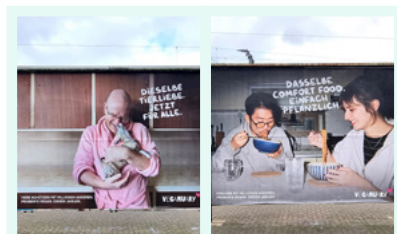
Enviamos las **cajas con recetas** a una selección de *influencers* y medios, lo que nos ayudó a ampliar el alcance e inspirar contenido durante toda la campaña.



La *mega-influencer* **Bianca Heinicke** se sumó a Veganuary este año como embajadora y compartió un potente mensaje sobre vivir en consonancia con tus valores: "*No he cambiado, simplemente he empezado a vivir mis valores de forma coherente.*"



Veganuary colaboró con el Instituto de Nutrición *Plant-Based* de Giessen para lanzar una versión actualizada de la **pirámide vegana de alimentos**, con recomendaciones claras y basadas en la evidencia científica para seguir una alimentación vegetal equilibrada.



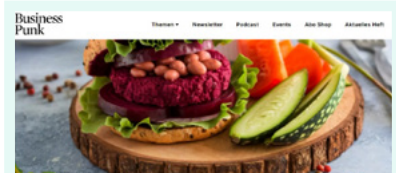
Nuestra **campaña de publicidad exterior "Año nuevo, siempre tú"** captó la atención en Berlín, Colonia, Hamburgo y Múnich, llevando el mensaje de Veganuary al corazón de los principales núcleos urbanos de Alemania.

VEGANUARY EN ALEMANIA

VEGANUARY SE CONVIERTE EN LA PRINCIPAL NOTICIA GASTRONÓMICA EN ALEMANIA

Veganuary 2026 generó 2.595 impactos en medios de comunicación, incluyendo televisión, radio, prensa escrita y digital, convirtiéndose en una de nuestras campañas con mayor visibilidad en Alemania hasta la fecha.

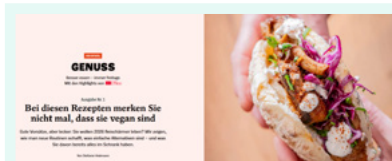
También participamos en varios podcasts para hablar de los beneficios de probar la alimentación vegana, y las colaboraciones con creadores de contenido en redes sociales contribuyeron a amplificar aún más el mensaje de Veganuary.



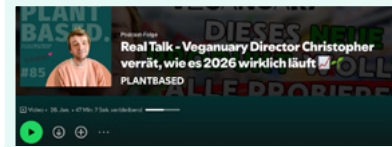
Business Punk analizó a fondo el éxito de Veganuary: *“Mientras que otras iniciativas de sostenibilidad a menudo no llegan a materializarse, Veganuary ofrece resultados concretos: bajan las ventas de la carne, aumenta la demanda de alternativas vegetales y se registran ahorros medibles de CO₂.”*



La mayoría de las **grandes cadenas de televisión** alemanas, como *Sat.1, ARD, ProSieben, RTL, SWR, WDR* y *ZDF*, se hicieron eco de Veganuary.



Der Spiegel dedicó un amplio reportaje gastronómico a Veganuary titulado: *“Estas son las recetas que ni siquiera notas que son veganas.”*



En esta campaña participamos en varios podcasts y videopodcasts, tanto especializados como orientados al público general.



La revista profesional **gv Praxis** destacó el amplio alcance de Veganuary: *“Cuando en enero de repente se agotan los perritos calientes veganos en los estadios de fútbol, las cafeterías reescriben sus listas de productos más vendidos e incluso las empresas de alimentación hablan de escasez de tofu, está claro que Veganuary hace tiempo que dejó de ser solo un reto en redes sociales.”*

Influencers, un médico vegano y científicos contribuyeron a **la campaña de Veganuary en Alemania que más apoyos ha recibido hasta la fecha en redes sociales**, compartiendo motivos para probar el veganismo y consejos de nutrición. Nuestra colaboración en Instagram con **@moustache_farmer** y **Odenwald Sanctuary** se vio alrededor de 570.000 veces.



Algunos de nuestros creadores de contenido favoritos prepararon **versiones veganas de recetas icónicas de “Stranger Things”** con motivo del final de la serie, coincidiendo con Veganuary 2026.

VEGANUARY EN ALEMANIA

IMPULSANDO LA TOMA DE DECISIONES EMPRESARIALES EN ALEMANIA

En 2026, más de 1.000 empresas volvieron a participar en Veganuary en Alemania.

Se lanzaron más de 166 nuevos productos y 360 opciones de menú en restaurantes, cafeterías de empresas y cantinas universitarias, facilitando más que nunca que la gente pruebe la alimentación vegana.

Todas las grandes cadenas de distribución se sumaron a Veganuary ampliando su oferta *plant-based* y promocionando ofertas especiales durante todo enero. De hecho, varios medios informaron de una escasez de tofu en todo el país, atribuida al aumento de la demanda durante la campaña.

SUPERMARKT

Supermarkt: Tofu vielerorts ausverkauft – das sind die Gründe

Seit einigen Wochen wundern sich Supermarkt-Kundinnen, warum vielerorts kein Tofu mehr erhältlich ist. Online wird über mögliche Gründe für die Knappheit spekuliert. Einige Supermärkte beziehen nun Stellung.



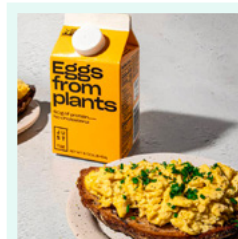
Desde Hamburgo hasta Múnich y desde Dortmund hasta Dresde, las organizaciones de servicios estudiantiles participaron incorporando más opciones de menús vegetales y organizando eventos para animar a la gente a probar el veganismo.

Las principales empresas de catering se sumaron de nuevo a Veganuary. Aramark, Dussmann, L&D, Klüh Catering, Transgourmet, SV Group y Kruschina incorporaron muchas novedades vegetales a sus menús, con opciones para sus miles de clientes diarios.

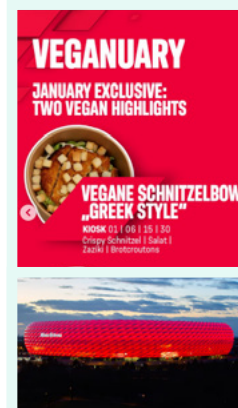
Y al menos 92 empresas y organizaciones participaron en el **Reto en el Trabajo de Veganuary**, animando a sus empleados a sumarse, a menudo con el apoyo de sus cafeterías, que incorporaron nuevas opciones veganas.



Restaurantes y cadenas de restauración lanzaron nuevos menús por Veganuary, entre ellas el *Falafel Bites Burger* de **Burger King**, el *Smashed Falafel Sub* de **Subway**, la *Chicken Shawarma Poutine* de **Frittenwerk** y un *bagel* con alternativa vegetal al jamón de Verrano en los trenes de **Deutsche Bahn**.



¡Y el furor no se quedó solo en el tofu! El conocido sustituto del huevo **Just Egg** llegó a los supermercados alemanes justo a tiempo para Veganuary.



Como parte de la campaña 2026, el **Allianz Arena** de Múnich fue un ejemplo de cómo ofrecer una restauración más sostenible en un estadio de fútbol. Durante todo el mes de Veganuary, el recinto amplió y promocionó de forma notable su oferta de comida vegetal en los puestos de comida del estadio.

VEGANUARY EN LATINOAMÉRICA

VEGANUARY DEJA HUELLA EN TODA AMÉRICA LATINA

¡Veganuary 2026 fue todo un éxito en Latinoamérica! La alimentación *plant-based* fue la gran protagonista en Chile, México, Perú, Argentina y Colombia.

La campaña arrancó en Chile con una *masterclass* de cocina para más de **20 influencers y celebridades** que no seguían una dieta vegana. Aprendieron a disfrutar y preparar platos de origen vegetal, y muchos se animaron a participar en Veganuary después.

Más de **100 vallas publicitarias** en Chile difundieron nuestra campaña "Año nuevo, siempre tú" en las principales calles y avenidas de la capital. Esta acción se replicó en Perú junto a nuestra organización colaboradora ARBA, mediante publicidad digital en algunas de las principales avenidas de Lima.

En Argentina, llevamos a cabo una llamativa acción de proyecciones luminosas en las calles de Buenos Aires con mensajes motivadores de *influencers* y celebridades veganas de toda Latinoamérica, un impacto visual que atrajo mucha atención.



VEGANUARY EN LATINOAMÉRICA

COMERCICIOS Y RESTAURANTES SE SUMAN A LA CAMPAÑA

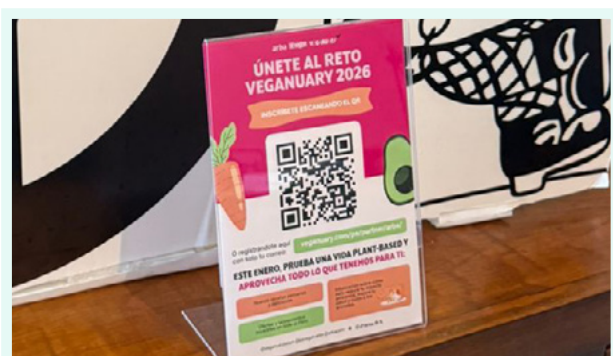
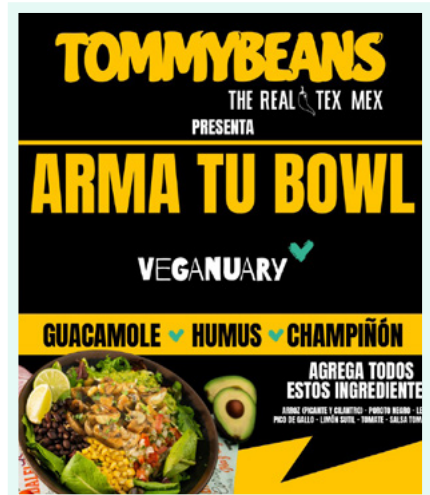
Para que comer vegano sea más fácil, publicamos un ranking de establecimientos para comer vegano, elaborado por cuarto año consecutivo con el apoyo de HappyCow. El estudio destacó más de 13.000 sitios donde comer fuera de casa durante el mes de enero. México, Brasil, Argentina y Chile sobresalieron por la variedad de restaurantes y cafeterías con opciones veganas.

Y, por si fuera poco, conseguimos que la ciudad de Valparaíso, uno de los principales destinos turísticos de Chile, se sumara a Veganuary a través de la Municipalidad de Valparaíso. Juntos lanzamos una guía de establecimientos con opciones veganas durante la campaña, que tuvo una amplia repercusión en prensa, radio y televisión.

También ayudamos a reducir la barrera del precio: más de 100 empresas ofrecieron descuentos, promociones, nuevos productos o menús veganos especiales por Veganuary. Plataformas de delivery como PedidosYa y Uber Eats en Chile se sumaron a la campaña con promociones específicas.

Burger King Chile colaboró con Uber Eats para ofrecer descuentos de hasta el 30 % en productos veganos, como sus *nuggets plant-based*. La cadena mexicana Tommy Beans también se unió lanzando un *Veganuary Bowl* especial durante el mes de enero, mientras que el supermercado chileno Jumbo puso en marcha una promoción vegana a nivel nacional con decenas de productos rebajados.

Nestlé y Lush México se sumaron al Reto en el Trabajo, animando a sus empleados a participar en Veganuary a través de eventos y actividades, entre ellas una charla para decenas de trabajadores de Nestlé sobre nutrición 100 % vegetal y veganismo.



ANDREA HALABI, DIRECTORA EN PEDIDOSYA MARKET CHILE 

"Por tercer año consecutivo, nos sumamos a Veganuary reforzando nuestra sección de 'Consumo Consciente' en PedidosYa Market. Los resultados han sido muy positivos: los pedidos de esta categoría han crecido más de un 60 % interanual!"

VEGANUARY EN LATINOAMÉRICA

INFLUENCERS Y ORGANIZACIONES COLABORADORAS AMPLIFICAN LA CAMPAÑA

Nuestros canales en redes sociales fueron clave para difundir el mensaje de Veganuary, con el apoyo de 16 influencers de toda Latinoamérica y de organizaciones colaboradoras como Animal Libre, ARBA, Asociación Chile en Base a Plantas, Asociación de Emprendedores Veganos de México, Desafío 22, Difusión V, Sinergia Animal y Plant Based Treaty.

Veganuary 2026 logró el mayor nivel de cobertura mediática desde el lanzamiento de la campaña en Latinoamérica, con más de **900 menciones en medios** en más de 20 países y un alcance total estimado de **42 millones de personas**.



EL BUSQUILLO, INFLUENCER CHILENO

"Veganuary va a ser un detox para el cuerpo y también para el alma. Comer verduras en verano sienta genial: verduras, frutas... Y, sinceramente, si te tomas el tiempo para preparar las cosas de una forma un poco más 'pro', podrás disfrutar de platos distintos, originales y realmente deliciosos. Y si no tienes tiempo para cocinar, hay un montón de pequeños negocios que venden comida vegana: menús ya listos para toda la semana, además de restaurantes y opciones a domicilio. Opciones, desde luego, hay"

MARÍA JOSÉ BELLO, ACTRIZ CHILENA



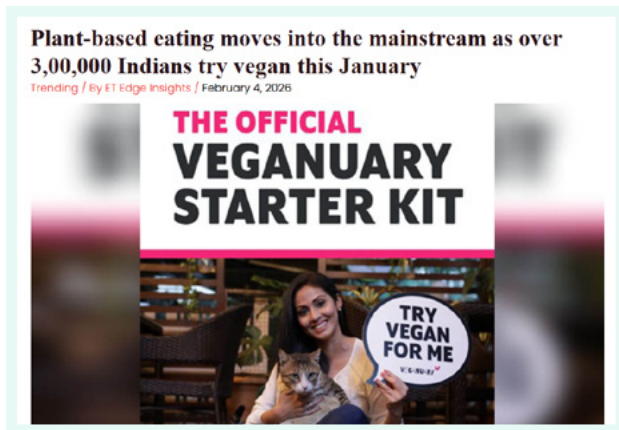
"Con Veganuary, quería aprender a pensar de otra manera. Ver que un 'atún' que en realidad no es atún, sino remolacha marinada, puede tener un sabor parecido, me fascina. Creo que tenemos que aprender, y además siento que es una aportación importante para los tiempos que estamos viviendo"

VEGANUARY EN INDIA

EL VEGANUARY MÁS GRANDE HASTA LA FECHA EN INDIA

Este año, **320.809** personas participaron en Veganuary en India, la cifra más alta desde que la campaña se lanzara en el país en 2022.

Este crecimiento refleja una mayor concienciación sobre la salud, el medioambiente y la ética, y coincide con la rápida expansión de las opciones de alimentación de origen vegetal en India. El sector *plant-based* sigue creciendo, impulsado por el aumento de la demanda, la innovación de productos y la inversión estratégica.



ALCANCE REGIONAL

Este año lanzamos nuestro reto de 31 días en hindi, poniendo a disposición de 530 millones de hablantes nativos de hindi todos nuestros recursos de apoyo. Esto reduce las barreras lingüísticas y conecta mejor con valores en torno a la alimentación, la salud y la tradición. Más de **30.000 personas** se inscribieron en el reto en hindi.



APOYO DE CELEBRIDADES

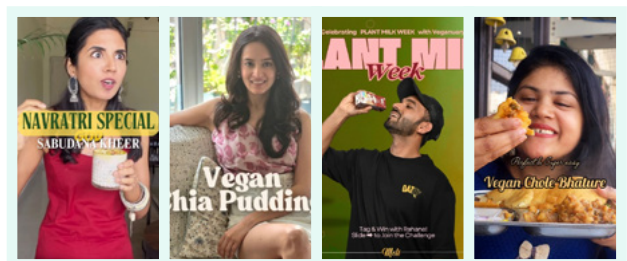
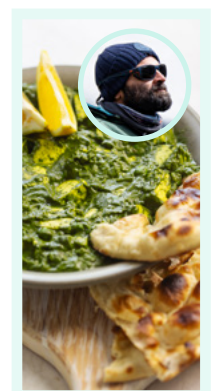
El día de Navidad de 2025, la actriz y embajadora de Veganuary **Amy Aela** grabó un podcast con la actriz y empresaria de Bollywood **Genelia Deshmukh**, en el que habló de su camino hacia una alimentación vegana. Al dar sus consejos a quienes participan en el reto de 31 días de Veganuary, Genelia dijo: *“Sin duda, creo que es una gran idea. Planea comer bien, infórmate un poco e investiga para tener claro cómo va a ser tu semana.”*

GENELIA DESHMUKH, ACTRIZ DE BOLLYWOOD

“La Navidad es tiempo de amor, y ese amor también ha de reflejarse en nuestras acciones. Se nota en cómo tratamos a quienes nos rodean y en las decisiones conscientes que tomamos cada día. Se trata de ser conscientes de nuestra huella y de procurar que nuestro estilo de vida esté alineado con los valores de amabilidad que transmitimos a nuestros hijos. No necesitamos reinventarnos para el año nuevo; basta con dar pequeños pasos para vivir de acuerdo con nuestros valores.”

El alpinista y embajador de Veganuary **Kuntal Joisher** compartió su receta favorita de *palak tofu* para el recién lanzado recetario de proteínas vegetales.

Veganuary 2026 contó con el apoyo de **108 influencers de redes sociales en India**, que compartieron contenidos de todo tipo: desde recetas y consejos para hacer la compra hasta publicaciones de concienciación sobre el clima, la salud y los animales.



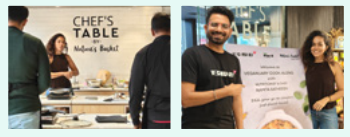
VEGANUARY EN INDIA

EL IMPULSO DE LAS GRANDES MARCAS

Este año, **126 marcas, empresas y comunidades de India se sumaron oficialmente a Veganuary 2026, lanzando 21 productos nuevos y muchas más promociones, talleres y retos para empleados y clientes.**

MOMENTOS DESTACADOS

La cadena de supermercados líder **Nature's Basket** organizó un taller de cocina vegana. El evento se celebró en su tienda insignia de Bengaluru, en colaboración con la nutricionista **Namita Sathesh** y **Plan B Foods**, una marca de queso sin lácteos.



La popular cadena de cafeterías **Chaayos** incorporó leche de avena como opción para su té chai en más de 100 establecimientos en India, una señal de que la alimentación vegetal se está normalizando.



Además, los **hoteles Hilton** de toda India colaboraron con el fabricante de alimentos de origen vegetal **GoodDot** para organizar un Festival Culinario de Proteína Vegetal, con experiencias gastronómicas sostenibles y un **menú especial Veganuary**. Así, la alimentación 100 % vegetal llegó a espacios de restauración premium en todo el país.



Raajsa, Kumbhalgarh, un resort histórico de cinco estrellas, introdujo un menú Veganuary en su restaurante **Pangat**.



En todo el país, 80 marcas, entre ellas **Yoga Bar, Super You** y **Chinita**, lanzaron ofertas especiales por Veganuary, haciendo más accesibles las opciones vegetales. Además, bares y restaurantes añadieron **44 nuevos platos veganos** a sus cartas, facilitando algo que la comunidad venía pidiendo desde hace tiempo: poder comer fuera sin complicaciones.

Este año, **10 empresas y comunidades** se sumaron al Reto en el Trabajo, animando a sus empleados y miembros a probar la alimentación vegana en enero.

Miembros del **Rotary Club** y del **Inner Wheel Club** celebraron el Reto en el Trabajo organizando un *webinar* sobre salud y bienestar impartido por la nutricionista **Roshni Sanghvi**.

NAVYA GUGNANI, PRESIDENTA DE ROTARY CLUB OF EARTH

"El mes de Veganuary es un buen momento para pararnos a pensar en cómo nuestras decisiones diarias influyen en el planeta y en nuestra salud. A través de la comida, recordamos que la compasión, la sostenibilidad y el bienestar pueden ir de la mano. Elegir de forma consciente lo que comemos puede tener un impacto duradero en el planeta y en la forma en que lo cuidamos."

SHIVAN GHAI, CEO EN THE BROOKLYN CREAMERY

"Veganuary hace un gran trabajo dando a conocer la alimentación de origen vegetal. En The Brooklyn Creamery, estamos encantados de formar parte de esa conversación con una gama plant-based que ha gustado muchísimo tanto a nuestros consumidores veganos como a quienes buscan reducir su consumo de productos animales, sin renunciar al placer de darse un capricho."

VEGANUARY EN INDIA

VEGANUARY, PRESENTE EN TODA INDIA

Veganuary estuvo muy presente en eventos por todo el país, desde Delhi en el norte y Mumbai en el oeste hasta Bengaluru e Hyderabad en el sur. Estas actividades ayudaron a tejer alianzas con otras organizaciones y a llegar a más gente a través de encuentros comunitarios.

Además, el Aeropuerto Internacional de Bengaluru (Terminal 1) acogió anuncios con el lema "Año nuevo, siempre tú". La campaña buscaba animar a los viajeros a probar la alimentación de origen vegetal durante enero y más allá, reducir su huella ambiental y demostrar que no hace falta renunciar a aquello que te gusta.



Veganuary también estuvo presente en el popular **mercado vegano Namu Recommends**, inspirando a casi 500 personas a sumarse al reto.



Join us at
Plantarium's Vegan Bazar
The VEGANUARY Edit
31st Jan, Saturday, 12pm - 8pm
Free Entry
At Chavara Mall, Hyderabad

Plantarium, la tienda y cafetería 100 % vegetal de Hyderabad, organizó un **mercado especial por Veganuary**.

Evento de tortitas gourmet con la chef Sejal en el restaurante **Copper and Cloves**.

LUMA
Future of Food Summit
When: 28th-30th January 2025, 9am-6pm
Where: The Westin Hyderabad Minds & Parkside Hotel, Hyderabad
Ecosystem Partner
VEGANUARY
"Every meal is a vote. Choose wisely. Choose compassion."

VEGANUARY
is proud to support Vegan First
4th VEGAN INDIA CONFERENCE
5-6th July 2025
Novotel Juhu, Mumbai
RETHINK FOOD, MATERIALS, HEALTH & TECHNOLOGY THROUGH A PLANT-BASED LENS

Veganuary participó como entidad colaboradora en el Future of Food Summit de Nueva Delhi y apoyó la cuarta Conferencia Vegana de India en Mumbai.



COBERTURA MEDIÁTICA EN TODA INDIA

Veganuary tuvo una gran visibilidad en los medios de India, con **más de 1.000 artículos** cubriendo los principales hitos de la campaña, además de reportajes y noticias del sector. Cabeceras como *Times of India*, *Deccan Chronicle* y *Hindustan Times* publicaron piezas destacadas en diciembre y enero. El lanzamiento del reto de 31 días de Veganuary en hindi durante el mes mundial del veganismo también tuvo mucha repercusión en la prensa regional.

El apoyo de celebridades contribuyó a amplificar el mensaje de Veganuary, y la grabación del podcast con Genelia Deshmukh tuvo una gran repercusión en blogs y medios de entretenimiento.

VEGANUARY ALREDEDOR DEL MUNDO

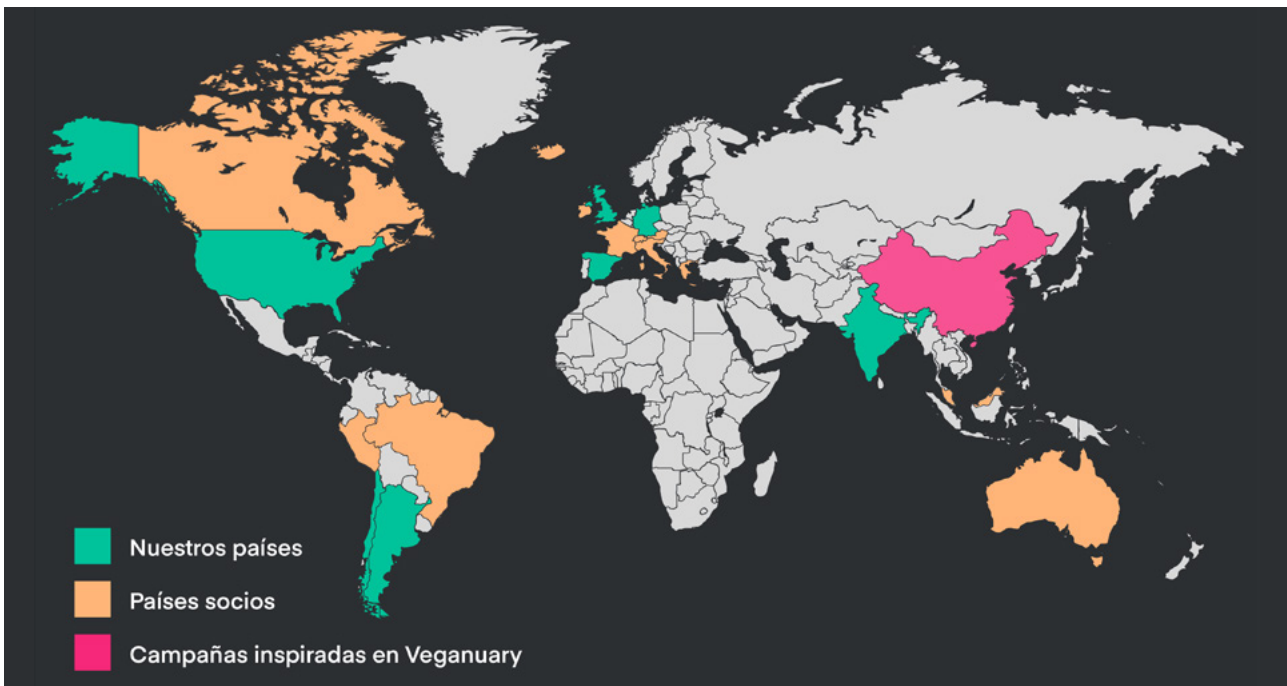
CONSTRUYENDO UN MOVIMIENTO GLOBAL

En los últimos 12 años, Veganuary se ha consolidado como una plataforma internacional muy potente para impulsar el cambio.

Junto a nuestros equipos en varios países, las organizaciones colaboradoras son clave para que el movimiento siga creciendo. Hoy contamos con presencia oficial en 20 países. Este año, además, la campaña se ha lanzado por primera vez en Irlanda e

Islandia, y nuestra campaña hermana V-March celebra su segundo año en China.

Al trabajar en colaboración con organizaciones sin ánimo de lucro de todo el mundo, podemos llegar a más personas y empresas con nuestros recursos gratuitos y reforzar el crecimiento de Veganuary a largo plazo. Nuestras organizaciones colaboradoras lideran la campaña en cada país, lo que ayuda a que Veganuary siga siendo cercano, auténtico y eficaz, adaptándose a cada cultura y contexto.



VEGANUARY ALREDEDOR DEL MUNDO

UN MOVIMIENTO GLOBAL, IMPULSADO POR EL CONOCIMIENTO LOCAL

Este año, dimos un paso más para llegar a públicos diversos con mensajes que realmente conectan.

Nuestro inclusivo lema “Año nuevo, siempre tú” se vio en todo el mundo. Queríamos mostrar que una alimentación de origen vegetal puede encajar con tu estilo de vida, ya sea disfrutando del aire libre en Canadá, cocinando en casa para la familia en Australia o buscando cuidarte más en Francia.

Este año hemos mejorado la accesibilidad de nuestros recursos. En India, lanzamos el reto de 31 días en hindi. En Malasia, los participantes pudieron recibir apoyo de Veganuary en tres idiomas (inglés, bahasa malayo y chino) a través de la app Veggie Challenge. Y nuestro colaborador suizo SwissVeg también amplió su oferta lingüística, ofreciendo este año el reto en alemán y francés.



Nuestro colaborador en Malasia adaptó el concepto de la campaña “Año nuevo, siempre tú” a su propio contexto cultural.

LO MÁS DESTACADO DE LAS CAMPAÑAS DE LAS ORGANIZACIONES COLABORADORAS

IRLANDA VEGAN SOCIETY OF IRELAND (VSI)

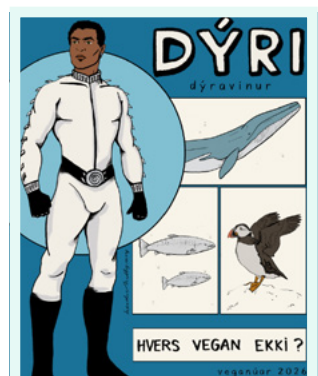
Por primera vez en 2026, tuvimos presencia oficial en Irlanda gracias a VSI, que ayudó a que varias instituciones participaran en nuestro Reto en el Trabajo. El Consejo del Condado de South Dublin participó en el reto y la asociación de estudiantes de la Universidad Tecnológica de Dublín se sumó a Veganuary organizando, durante todo el mes, eventos de comida de origen vegetal en el campus.



Mesa informativa del Reto en el Trabajo en el Consejo del Condado de South Dublin.

ISLANDIA SAMTÖK GRÆNKERA Á ÍSLANDI

En 2026 iniciamos una nueva colaboración con Samtök grænkera á Íslandi para que Veganuary llegara oficialmente a Islandia. La campaña se estrenó con una identidad creativa potente y muy local, que incluía un superhéroe de Veganuary, Dýri dýravinur (amigo de los animales), que promovía la compasión hacia los animales, tanto terrestres como marinos.



Dýri, la imagen de Veganuary Islandia 2026.

VEGANUARY ALREDEDOR DEL MUNDO

MALASIA PROVEG MALAYSIA Y MALAYSIA VEGETARIAN SOCIETY

Las organizaciones colaboradoras llevaron a cabo distintas actividades presenciales, desde eventos con la comunidad hasta acciones de sensibilización en la calle. Las degustaciones veganas ayudaron a mostrar que la comida de origen vegetal puede ser accesible y deliciosa. Los participantes en Veganuary también pudieron disfrutar de muchas ofertas, nuevas opciones de menú en restaurantes y eventos especiales, como la merienda vegana en el hotel **Grand Hyatt** de Kuala Lumpur.



Especial de Veganuary en el Parkview Café de Malasia.

SINGAPUR CENTRE FOR A RESPONSIBLE FUTURE (CRF)

CRF organizó actividades diseñadas para informar e inspirar a los participantes de Veganuary, incluida la proyección de un documental sobre el impacto ambiental de la ganadería.



GRECIA VEGAN LIFE

Vegan Life preparó un programa muy dinámico durante enero, reuniendo a la comunidad en varios eventos, entre ellos una fiesta de pizza. Además, dio mucha visibilidad a Veganuary con publicidad exterior en marquesinas de autobús en Atenas, con el mensaje de la campaña de 2026. **Pizza Fan**, que participa en Veganuary desde hace años, dio a conocer su amplia variedad de propuestas con una serie de vídeos publicitarios muy llamativos.



FRANCIA ASSOCIATION VÉGÉTARIENNE DE FRANCE (AVF)

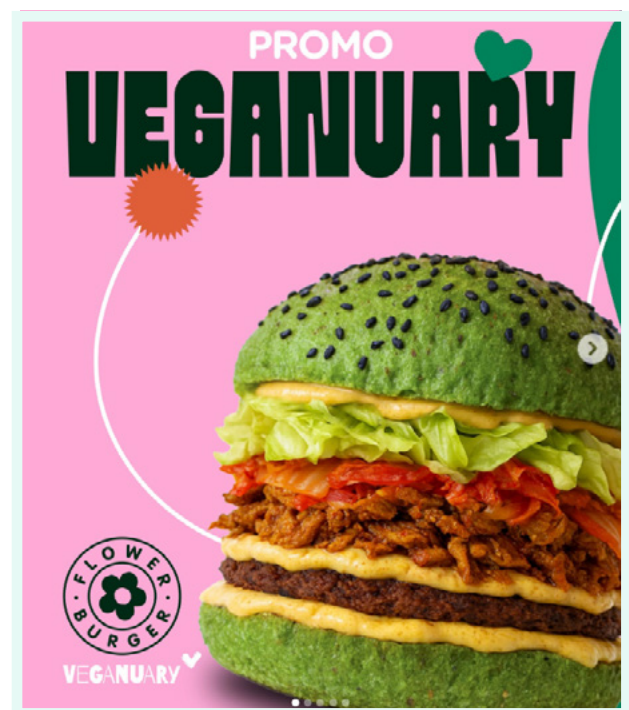
AVF movilizó a un grupo de voluntarios muy comprometidos y organizó actividades en todo el país. Hubo degustaciones, paseos, coloquios en cines y talleres de cocina en ciudades como Marsella, Lyon y Burdeos. Veganuary también llegó a un público más amplio gracias a medios regionales, como Moselle TV, que emitió un reportaje con recetas y recomendaciones de restaurantes.



El Hyper U de Les Arcs en Francia, una de las muchas tiendas que promocionaron sus productos veganos por Veganuary.

ITALIA ESSERE ANIMALI

Nuestro colaborador desde hace años, Essere Animali, volvió a llevar a cabo una campaña de gran impacto en Italia. Decenas de empresas difundieron productos y promociones veganas; entre ellas, la cadena Flower Burger, que lanzó una nueva hamburguesa vegana y un *wrap* por Veganuary. La campaña también tuvo una notable presencia en medios, con menciones en *La Repubblica*, *OK Salute* y *La Sicilia*, entre otros.



VEGANUARY ALREDEDOR DEL MUNDO

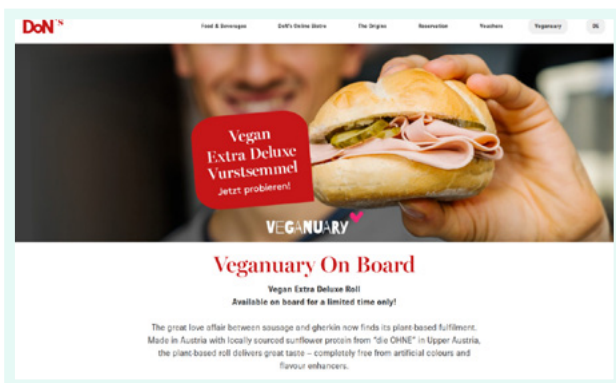
SUIZA SWISSVEG

Gracias al equipo de SwissVeg, Veganuary tuvo una amplia presencia en medios impresos y digitales, con numerosas menciones y un reportaje de varias páginas en la revista de **Coop**. En tiendas, la gama vegana de Coop tuvo una gran visibilidad, y las acciones promocionales de SwissVeg facilitaron que los participantes del reto encontraran una gran variedad de productos de origen vegetal.



La revista de Coop disponible en tienda, con un especial de 52 páginas sobre alimentación de origen vegetal por Veganuary.

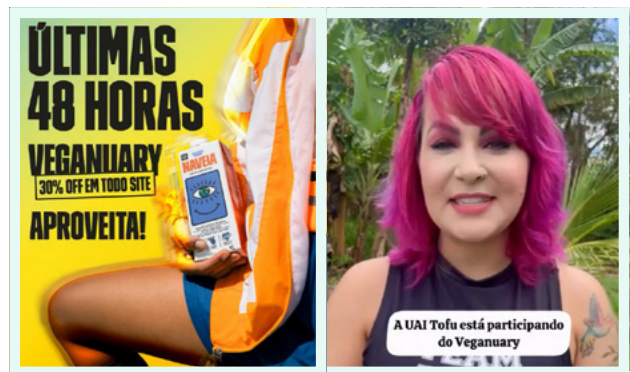
AUSTRIA VEGANE GESELLSCHAFT ÖSTERREICH



Este año, las personas que participaron en Veganuary en Austria lo tuvieron más fácil para comer vegano también fuera de casa. La empresa de restauración ferroviaria **DoN** lanzó una opción vegetal en su menú en toda la red de trenes del país, mientras que **Wiener Würstelstand** (con dos locales en Viena) pasó a ser 100 % vegano durante enero... y, visto el éxito de la iniciativa, mantuvo el cambio también en febrero.

BRASIL SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA (SVB)

SVB, que lidera Veganuary Brasil, colaboró este año en la creación de muchas recetas y promociones para los participantes en el reto. Además, marcas y empresas como **Naveia** y **UAI Tofu** difundieron la iniciativa con entusiasmo en sus redes sociales, lanzando distintas ofertas a lo largo de enero.



Actividades promocionales de Naveia y UAI Tofu.

PERÚ ARBA

ARBA facilitó el acceso a la comida vegana y la hizo más atractiva, organizando degustaciones gratuitas en la playa e invitando a la gente a descubrir el veganismo. La presencia de Veganuary también se reforzó con vallas publicitarias de gran visibilidad colocadas en tres puntos de Lima.



CHILE Y ARGENTINA ANIMAL LIBRE

Animal Libre apoyó a los participantes en el reto de toda América Latina con un curso online gratuito que incluía recetas internacionales de cocina vegetal de la chef Nicole Palominos y consejos de nutrición de la nutricionista Valentina Bello.

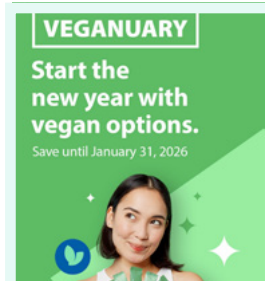


Curso de cocina online para participantes de Veganuary.

VEGANUARY ALREDEDOR DEL MUNDO

CANADÁ VEGANUARY CANADA COALITION

La empresa canadiense **London Drugs** promocionó su amplia gama de opciones de origen vegetal, destacando sus productos en la web, además de folletos y publicaciones en redes sociales. Veganuary también contó con mucho apoyo en el campus de la Universidad de Carleton, donde el alumnado organizó mesas informativas, concursos y actividades de recaudación de fondos a lo largo de todo enero.



Actividad en redes sociales de London Drugs por Veganuary.

AUSTRALIA ANIMALS AUSTRALIA

Animals Australia animó a establecimientos como **Bakers Delight** a sumarse a Veganuary este año. La tienda de Kilsyth destacó por su gran selección de productos veganos, que compartió en redes sociales para inspirar a quienes participaban en el reto. Además, la cadena de supermercados **Coles** también se sumó a Veganuary con una sección específica en su tienda online, donde reunió una amplia variedad de productos veganos.



Bakers Delight mostrando algunos de sus productos veganos.

CHINA CHINA VEGAN SOCIETY

Este año visitamos a China Vegan Society (CVS) para apoyarles en los preparativos de V-March, una campaña hermana de Veganuary que invita a probar el veganismo en China durante el mes de marzo. V-March anima a los participantes a explorar nuevas recetas, descubrir productos veganos y conectar con otras personas que también se han sumado.

Como parte de una gira de presentación de V-March por cuatro ciudades, nos reunimos con defensores de los animales, activistas y el público general para compartir información sobre la campaña y darla a conocer antes de su lanzamiento. En el momento de redactar este texto, V-March aún no se ha celebrado. Dado que las celebraciones del Año Nuevo chino suelen tener lugar a finales de enero y en febrero, marzo es un mes más adecuado para un reto vegano a nivel nacional, por lo que V-March encaja mejor con el calendario y el contexto cultural del país. La gira sirvió de adelanto de lo que CVS tiene previsto, y tenemos muchas ganas de ver cómo arranca la campaña en marzo.



VEGANUARY ALREDEDOR DEL MUNDO

VEGANUARY TRASCIENDE LAS FRONTERAS

Gracias a más de una década de trabajo de sensibilización, hoy Veganuary es ampliamente conocido mucho más allá de los países donde la campaña se celebra de forma oficial.

Cada año, la campaña genera una oleada de noticias en medios y acciones de marcas en todo el mundo. A continuación, mostramos una selección de algunos de los momentos virales de 2026 que ayudaron a reforzar nuestra visibilidad global.

ORIENTE MEDIO

Veganuary 2026 dio mucho que hablar en los medios de estilo de vida y gastronomía de Oriente Medio. *BBC Good Food Middle East* mencionó Veganuary en su selección de los mejores planes para hacer en Emiratos Árabes Unidos en enero. Además, varios restaurantes de Dubái lanzaron menús especiales de Veganuary para que los comensales descubrieran opciones de origen vegetal, y *Time Out Dubai* recopiló algunos de los mejores sitios con opciones veganas de la ciudad.



Una nueva opción del menú vegano de Emirates.

SUDÁFRICA

En Sudáfrica, la chef vegana Sue Gajathar compartió consejos para quienes probaban la alimentación vegetal por primera vez. Participó en artículos de prensa y entrevistas de radio, lo que ayudó a ampliar el alcance de Veganuary y a llegar a más público.



EUROPA

En 2026, Veganuary tuvo una presencia notable en los medios de numerosos países europeos, entre ellos Hungría, Rumanía, Países Bajos y Polonia. En Polonia, Garden Gourmet destacó su gama de productos de origen vegetal con motivo de Veganuary y compartió ideas apetecibles de platos sin carne. Los hoteles Sofitel, del grupo Accor, participaron en Veganuary 2026 en sus establecimientos de Ámsterdam, Barcelona, Lisboa, Fráncfort, Varsovia y Sopot. La cadena lanzó menús 100 % vegetales, dio más visibilidad a sus opciones veganas y sacó un gran partido a la identidad visual tan reconocible de Veganuary.

El gigante de la alimentación Dr. Oetker participó por sexta vez este año, lanzando una campaña internacional en redes sociales con el lema "Claro que no es vegano... ¿o sí?", desafiando prejuicios sobre la cocina vegana.



NICOLAS GRONIER, VICEPRESIDENTE DE MARKETING GLOBAL EN SOFITEL Y SOFITEL LEGEND

"En los hoteles Sofitel de Europa, Veganuary actúa como un catalizador de la creatividad culinaria. Invita a nuestros chefs a experimentar con confianza y a ampliar los límites de la gastronomía de origen vegetal, lo que se traduce en platos de temporada, atrevidos, que ponen en valor la sostenibilidad y, al mismo tiempo, ofrecen la experiencia gastronómica sofisticada que esperan nuestros huéspedes, en enero y también el resto del año."

Querida lectora, querido lector:

Gracias por apoyar a Veganuary. Tu colaboración hace posible nuestro trabajo y ayuda a millones de personas en todo el mundo a probar el veganismo, creando un cambio real para los animales, las personas y el planeta. Nos sigue sorprendiendo ver hasta qué punto Veganuary se ha consolidado a nivel internacional. Y el impulso del

movimiento no deja de crecer. Nunca antes habíamos estado en un momento tan propicio para avanzar hacia una alimentación más compasiva.

Si deseas apoyar aún más nuestro trabajo, puedes hacer una donación en: [Veganuary.com/es-es/donar](https://veganuary.com/es-es/donar)

JUNTOS ESTAMOS CREANDO UN MUNDO MÁS AMABLE PARA LAS PERSONAS Y 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**