

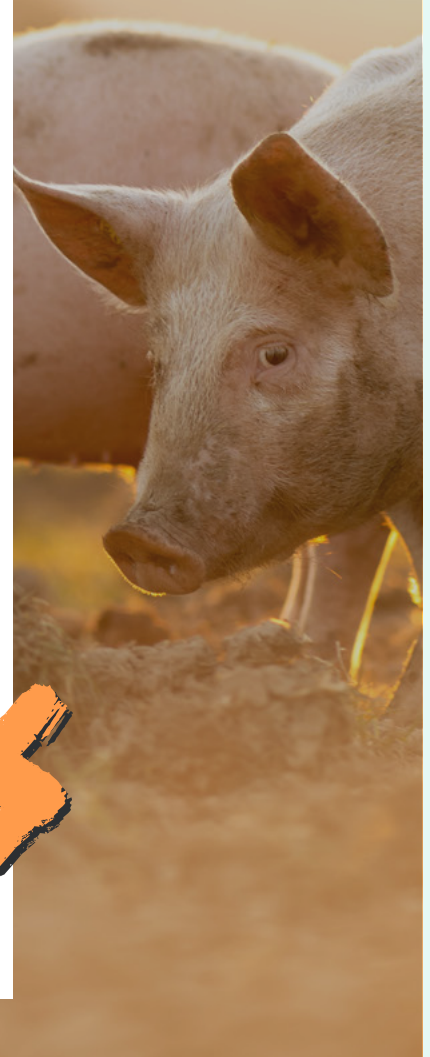
VEGANUARY 2023

BALANCE DE CAMPAÑA



CONTENIDOS

Prólogo	3
La campaña de 2023 en cifras	4
Quiénes somos y cómo marcamos la diferencia	6
Veganuary en Estados Unidos	8
Billie Eilish apoya Veganuary	8
El anuncio de campaña inspira a millones	9
Veganuary se apodera de Nueva York	10
Casi 450 empresas estadounidenses participan	11
El desafío en el lugar de trabajo comienza	12
Veganuary en Reino Unido	14
Veganuary arrasa en el Reino Unido	14
Veganuary celebra su décimo aniversario	15
Las empresas se suman a Veganuary	16
Casi 100 empresas se suman al Desafío en el Lugar de Trabajo	18
Veganuary en Alemania	20
El furor en torno a Veganuary en Alemania	20
Veganuary se apodera de los medios de comunicación alemanes	21
Participan más de 800 empresas	22
Más de 70 empresas se suman al Desafío en el Lugar de Trabajo	23
Veganuary en Latinoamérica	24
La popularidad de Veganuary crece en Latinoamérica	24
Cobertura mediática en nueve países latinoamericanos	25
Hitos corporativos en Latinoamérica	26
El reto del lugar de trabajo cobra impulso	27
Veganuary en India	28
El furor del Veganuary llega a India	28
Populares marcas indias apoyan Veganuary	29
Veganuary alrededor del mundo	32
Gracias	36



PRÓLOGO

Queridos simpatizantes y amigos,

El mundo se enfrenta a un número cada vez mayor de desafíos globales, pero si echamos la vista atrás a los últimos 12 meses, creo que también ha sido un año de progreso, esperanza y prueba de que, como dijo Víctor Hugo, no hay nada más poderoso que una idea cuyo momento ha llegado. El veganismo es la idea de nuestro tiempo; ofrece una solución a muchos de los mayores problemas del mundo y se ha convertido en una opción popular en todo el planeta.

Veganuary ha celebrado este año su décima campaña. Todo empezó en 2013 con una idea en la mesa de una cocina de York, Reino Unido, y se ha convertido en **un poderoso movimiento que inspira cada año a millones de personas a cambiar su forma de comer para proteger a los animales, el planeta y nuestro futuro.**

Gracias al increíble trabajo de nuestras organizaciones asociadas; al generoso apoyo de nuestros donantes, patrocinadores, maravillosos voluntarios, inspiradoras celebridades y personas influyentes; a la orientación y el apoyo de nuestros fundadores y fideicomisarios; y por último, pero no menos importante, a la perseverancia, determinación y creatividad de nuestro equipo internacional, Veganuary es ahora un verdadero fenómeno mundial.

Ya hay campañas de Veganuary en 14 países de Europa, Asia, África, Norteamérica, Sudamérica y Australia. Hemos contado personas que se han apuntado a probar el veganismo con nosotros desde todos los países del mundo (excepto Ciudad del Vaticano y Corea del Norte). Nunca antes habíamos visto una cobertura mediática tan abrumadora en todo el mundo: desde reportajes televisivos sobre Veganuary en Canadá, Chile, Corea del Sur, Brasil y Taiwán hasta docenas de artículos en Grecia, China, Japón e incluso Ghana.

En esta campaña 2023 han participado en Veganuary más personas y empresas que nunca. Hemos fomentado el lanzamiento de productos veganos y actividades de marketing en miles de empresas alimentarias de todo el mundo. Entre las más destacadas se encuentran: Mellow Mushroom en Estados Unidos, con un nuevo menú vegano; Subway Argentina y Dunkin en Chile, que promueven la alimentación vegana a través

de sus activaciones de Veganuary; el ejército británico, que forma a sus instructores de cocina en cocina vegana; los servicios de trenes nacionales alemanes, que añaden menús veganos a todos sus restaurantes a bordo; y Aldi UK, que lanza la mayor gama de productos veganos de su historia.

Mi punto más destacado fue recibir el apoyo de la legendaria cantante Billie Eilish, que no sólo se convirtió en una partidaria oficial de Veganuary, sino que animó a sus 107 millones de seguidores en las redes sociales a probar el veganismo con nosotros. Y muchas celebridades y personas influyentes se han unido a nosotros para promover la alimentación basada en plantas o para dar a Veganuary una oportunidad, desde el actor estadounidense Ryan Eggold y la comedianta británica Diane Morgan hasta Tomás Boric, figura política y hermano del presidente de Chile.

Este año, por primera vez, hemos querido averiguar cuántas personas participan realmente en el mes de enero, además de las 700.000 que se inscribieron para recibir nuestros recursos a través de nuestro sitio web para la campaña 2023. Llevamos a cabo encuestas de YouGov en varios de nuestros países objetivo, ¡con resultados increíbles! La investigación reveló que el 4% de los encuestados en el Reino Unido, el 9% en Alemania, el 7% en EE.UU., el 5% en Chile y el 7% en Argentina declararon haber participado en Veganuary durante al menos parte del mes de enero. Estas cifras proporcionan una visión emocionante de la amplia participación del público en Veganuary y su influencia como movimiento social, y estamos deseando evaluar el impacto de Veganuary en los próximos años.

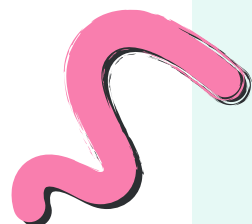
Gracias a cada persona que compartió nuestra visión, y nos apoyó de alguna manera, Veganuary 2023 fue nuestra campaña más grande e internacional hasta la fecha.

Gracias por creer en nosotros y luchar con nosotros por un mundo más justo, más compasivo y más vegano.

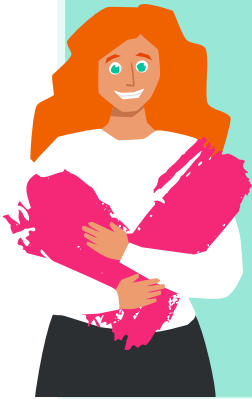


Con gratitud,

Ria Rehberg
CEO VEGANUARY



LA CAMPAÑA 2023 EN CIFRAS



MÁS DE 700.000 PERSONAS

alrededor del mundo se inscribieron oficialmente en nuestro sitio web para probar el veganismo con nosotros durante este año. ¡Los estudios demuestran que millones de personas más participan sin siquiera inscribirse!



MÁS DE 155 MILLONES DE PERSONAS ALCANZADAS

a través de las redes sociales de Veganuary a nivel internacional



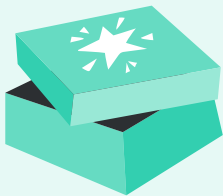
MÁS DE 6.800 ARTÍCULOS sobre Veganuary fueron publicados alrededor del mundo



2,3 MILLONES DE PERSONAS VISITARON EL SITIO WEB DE VEGANUARY en busca de consejos útiles sobre la alimentación basada en plantas



Personas de **CASI TODOS LOS PAÍSES DEL MUNDO** participaron en Veganuary este año (sólo Ciudad del Vaticano y Corea del Norte no registraron inscripciones).



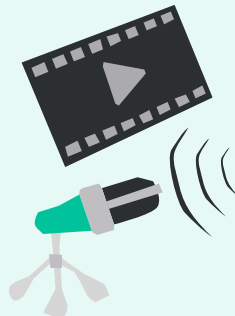
MÁS DE 820 NUEVOS PRODUCTOS VEGANOS se lanzaron durante Veganuary



MÁS DE 790 MENÚS VEGANOS en cadenas de restaurantes con motivo de Veganuary

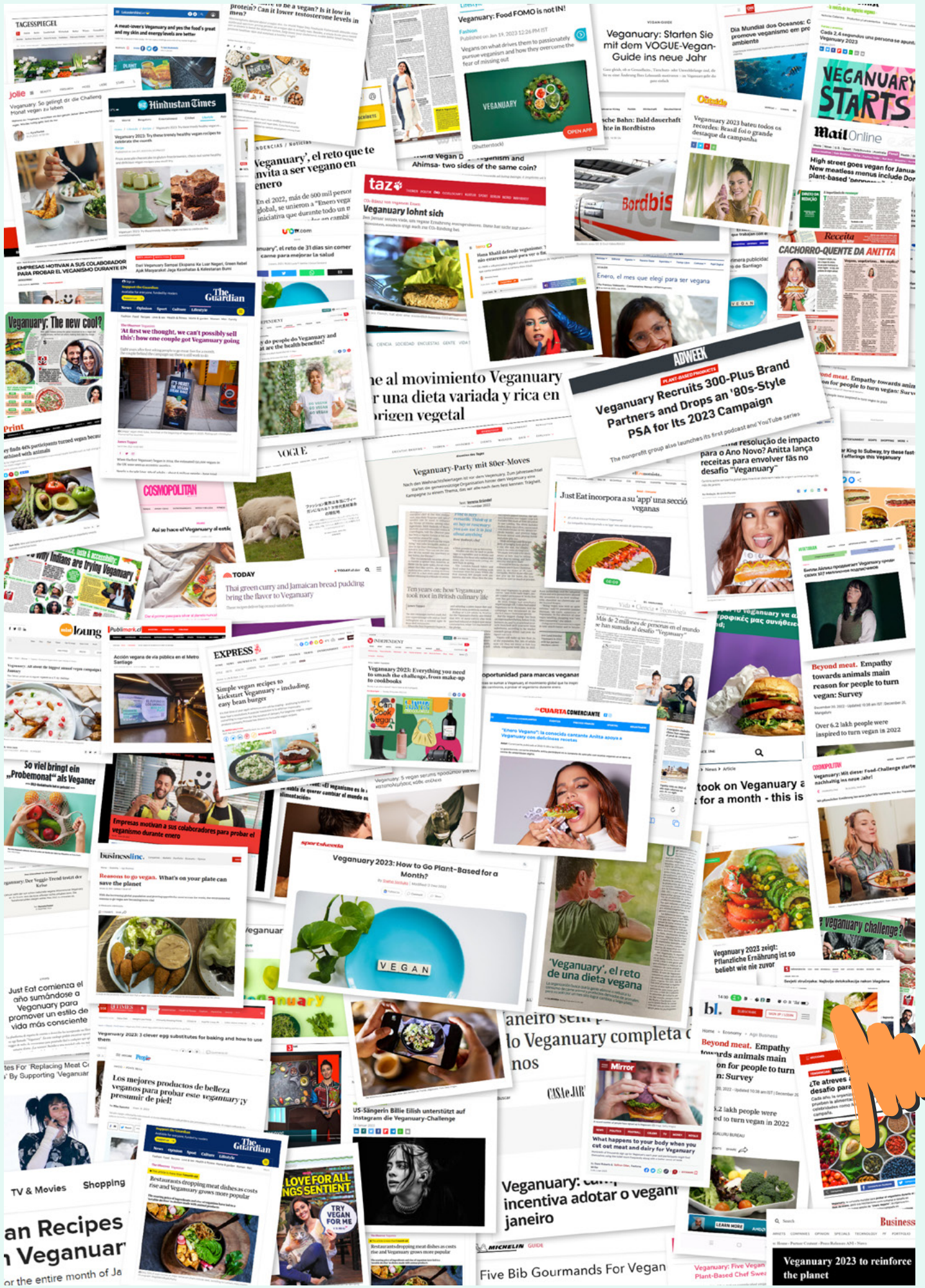


El hashtag #Veganuary fue visto en TikTok **MÁS DE 894 MILLONES DE VECES** a finales de enero de 2023



Nuestra nueva serie de YouTube y el podcast Veganuary han recibido **DECENAS DE MILES DE VISITAS Y AUDIENCIAS** durante la campaña





QUIÉNES SOMOS Y CÓMO MARCAMOS LA DIFERENCIA

De origen inglés, Veganuary es una organización internacional que está cambiando la forma en que comemos, impulsando un cambio global hacia la alimentación basada en plantas.

A través de la campaña Veganuary animamos a millones de personas a comer vegano en enero (y más allá) y trabajamos con miles de negocios de todo el mundo para que aumenten sus opciones veganas con el fin de aprovechar esta audiencia. Esto, a su vez, inspira a mucha más gente a probar las opciones veganas que están más fácilmente disponibles. Nuestra enorme presencia en los medios de comunicación y nuestro gran número de seguidores en las redes sociales aumentan aún más la visibilidad del veganismo y de la creciente revolución de la alimentación basada en plantas.



NUESTRA VISIÓN

Nuestra visión es simple; queremos un mundo vegano.

Un mundo sin granjas y mataderos.

Un mundo en el que la producción de alimentos no destruya los bosques, contamine los ríos y los océanos, agrave el cambio climático y lleve a la extinción a las poblaciones de animales salvajes.

NUESTRA MISIÓN

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



POR QUÉ EXISTIMOS

La ganadería industrial es una de las principales causas del cambio climático, la deforestación y la pérdida de especies, así como una importante causa de contaminación. Aumenta drásticamente el riesgo de pandemias mundiales y la resistencia a los antibióticos, es responsable de la muerte de miles de millones de animales cada año. La forma actual de producir alimentos es muy ineficiente, insostenible y no nos permitirá alimentar a una población mundial cada vez mayor. Por eso abogamos por un cambio hacia alternativas más basadas en las plantas y finalmente, por un mundo vegano.

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

Veganuary crea un momento de un mes en el que los beneficios de la alimentación basada en plantas se sitúan en el centro de la conciencia pública, lo que supone la oportunidad de marketing perfecta para que las marcas, los minoristas y los restaurantes destaquen, mejoren y amplíen su oferta vegana. Al esforzarnos por hacer que el mes de enero todo sea en torno al veganismo en la conciencia pública de los países en los que trabajamos, aspiramos a dar a la alimentación basada en plantas la visibilidad y popularidad necesarias para lograr un cambio sostenible a largo plazo durante el resto del año.

Y está funcionando: Los participantes de Veganuary informan de que siguen reduciendo su consumo de pro-

ductos animales incluso después de enero, y las empresas alimentarias mantienen una mayor y mejor variedad de opciones basadas en plantas en los estantes tras el éxito de los lanzamientos de productos y menús durante Veganuary.

NUESTRAS ÁREAS ESTRATÉGICAS

Para ayudar a que la alimentación basada en plantas siga llegando a más personas, nos centramos en tres áreas de trabajo principales:

- Animar y apoyar a millones de personas para que prueben el veganismo en enero y más allá.
- Crear la expectación necesaria en los medios de comunicación y las redes sociales para concienciar sobre el tema y las ventajas de optar por una alimentación vegana
- Animar a las empresas a fomentar y lanzar más opciones deliciosas basadas en plantas para aumentar la calidad, disponibilidad y visibilidad de la comida vegana

Con este planteamiento, hemos contribuido al aumento de la popularidad del veganismo en varios países, hemos salvado la vida de millones de animales gracias a las elecciones de nuestros participantes y hemos convertido a Veganuary en un gran acontecimiento en el calendario comercial de empresas de todo el mundo. Estamos especialmente orgullosos de que muchos de los nuevos productos y opciones veganas se mantengan en las estanterías y los menús después de enero, ya que los comercios informan de ventas récord de sus ofertas veganas tras el éxito de los lanzamientos de Veganuary. Hemos comprobado que el "efecto Veganuary" es real y estamos trabajando para extenderlo por todo el mundo.



NUESTROS VALORES

IMPACTO

Estamos comprometidos con un mundo vegano; utilizaremos la investigación para evaluar cómo se puede salvar el mayor número de vidas y dirigir los recursos a ese fin.

RESILIENCIA

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

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Sabemos que se necesitan personas con ideas, puntos fuertes, intereses y trayectorias diferentes para alcanzar nuestra visión; apreciamos el valor de esto y cómo nos acerca a la consecución de nuestra misión.

COLABORACIÓN

Asociándonos con otras organizaciones impulsadas por una misión y colaborando estrechamente con las empresas, marcaremos una diferencia mayor.

EMPODERAMIENTO

Optimizaremos nuestro alcance para apoyar y animar a la gente en su viaje vegano de una manera no crítica, positiva, constructiva y fácilmente accesible.

RESPECTO E INTEGRIDAD

En todas las relaciones internas y externas, nos esforzaremos por mantener una comunicación auténtica, honesta y transparente.

Foto © Mason Poole

VEGANUARY EN ESTADOS UNIDOS

BILLIE EILISH APOYA VEGANUARY



Billie Eilish dio un gran impulso a Veganuary 2023 cuando se convirtió en partidaria de la campaña y animó a sus 107 millones de seguidores a inscribirse, lo que provocó una avalancha de nuevos seguidores y titulares en los medios de comunicación. Más de 15 famosas celebridades de Estados Unidos contribuyeron con nuevas recetas para nuestro actualizado Libro de Cocina de Celebridades de dicho país incluyendo a la cantante Mýa, el comediante Tig Notaro y los actores Alicia Silverstone y Ryan Eggold (que también participó públicamente en Veganuary este año).



“El sector ganadero aporta más del 60% de todos los gases de efecto invernadero del sistema alimentario. Eso supone una gran presión para nuestro planeta, pero si sustituimos el consumo de carne por alimentos vegetales, juntos podemos dar una oportunidad a la Tierra”.

Billie Eilish



“Soy pescetariano desde hace unos años y este mes estoy probando Veganuary porque, como muchos de nosotros, amo a los animales. Y no quiero ver a ningún animal herido, torturado o maltratado en mi nombre”.

Ryan Eggold

VEGANUARY EN ESTADOS UNIDOS



1,4 MILLONES DE REPRODUCCIONES EN REDES SOCIALES

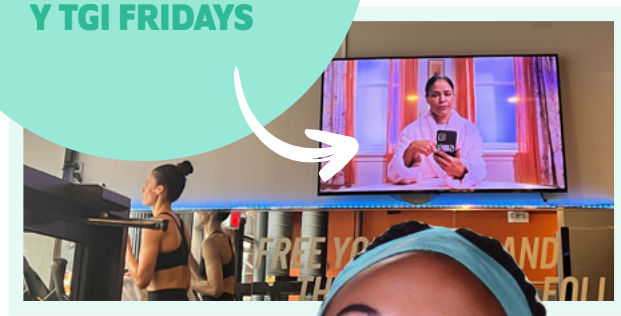
411.672 IMPRESIONES EN LAS CADENAS DE TELEVISIÓN DE ATLANTA

280.914 IMPRESIONES EN LOS SERVICIOS DE STREAMING DE AMAZON

17.383 ANUNCIOS EN GIMNASIOS Y RESTAURANTES DE NYC, COMO CRUNCH FITNESS Y TGI FRIDAYS

EL ANUNCIO DE CAMPAÑA INSPIRA A MILLONES

El anuncio de nuestra última campaña buscaba ofrecer esperanza a cualquiera que sufra un caso de depresión post fiestas de fin de año. La historia gira en torno a una familia que ha caído en un bache tras las fiestas, que mira el móvil con desgano, carece de energía y se siente desmotivada en la cocina. Al inscribirse en Veganuary, reciben la visita de su "entrenador vegano" personal, que ayuda a toda la familia a empezar un nuevo año lleno de deliciosa comida basada en plantas. El inspirador anuncio se emitió en todas las plataformas de redes sociales de Veganuary, en varias cadenas de televisión de Atlanta, en pantallas de restaurantes y gimnasios de Nueva York y en los servicios de *streaming* de Amazon.



Una investigación llevada a cabo por YouGov en nombre de Veganuary demostró que los que se hacían veganos o vegetarianos para su propósito de año nuevo 2023 se sentían más esperanzados que los que no*



LA ACTRIZ E INFLUENCER, GABBY REYES DIO VIDA A LA "VEGANUARY COACH"

JOVANE, 33 AÑOS, FORT WORTH, TX:
"Veganuary me ha recordado constantemente que no estoy solo, que somos muchos los que estamos tratando de hacer del mundo un lugar mejor"



*Cifras de YouGov Plc. El tamaño total de la muestra fue de 1.186 adultos. El trabajo de campo se llevó a cabo entre el 28 y el 29 de noviembre de 2022. La encuesta se realizó en línea. Las cifras se han ponderado y son representativas de todos los adultos estadounidenses (mayores de 18 años).

VEGANUARY EN ESTADOS UNIDOS

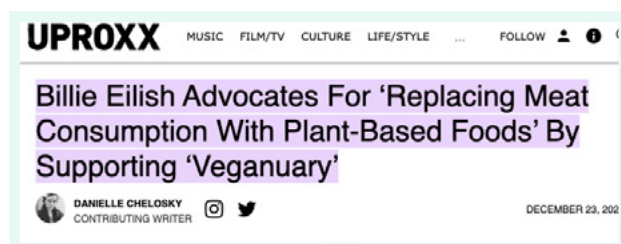


VEGANUARY SE TOMA NYC...

Este mes de enero se pudieron ver carteles y ofertas especiales apoyando a Veganuary por las calles de Nueva York, tanto en bodegas como en restaurantes de lujo. Los pasajeros del metro de algunas de las líneas más concurridas de Manhattan (incluidos los que se dirigían a Times Square en Año Nuevo) fueron recibidos con mensajes positivos de la campaña que los animaban a comprometerse, destacando así nuestra primera publicidad en la calle en Estados Unidos. Nuestra colaboración con el primer "Mes del Comedor Vegano" de Nueva York puso de relieve la diversidad de la escena culinaria vegana de la ciudad y dio lugar a una cobertura positiva en Forbes. Este año, más neoyorquinos se apuntaron a Veganuary que en ninguna otra ciudad de Estados Unidos.



Veganuary apareció en **NBC NEWS NOW**, un programa nacional de noticias en streaming.



FORBES:

"Nueva York acoge a "Veganuary" como nunca antes."

Forbes

...Y CREA EXPECTACIÓN EN TODO EL PAÍS

Periodistas de Chicago, Filadelfia, Nueva York, Tampa Bay, Las Vegas e incluso Honolulu cubrieron la campaña en segmentos matinales (con distintos grados de éxito a la hora de pronunciar "¡Veganuary!"). Además de titulares y reportajes en cientos de medios nacionales y regionales, Veganuary fue mencionada en *The New York Post*, *The Washington Post* y *The Financial Times*.

A medida que crece la notoriedad de Veganuary, también lo hace la participación. Varios estudios han sugerido que la participación total en Veganuary es significativamente mayor que el número de personas que se registran únicamente a través de nuestras plataformas. El equipo de Veganuary está explorando activamente nuevas e innovadoras formas de evaluar el alcance y el impacto global de la campaña. **En una encuesta representativa de YouGov realizada en enero de 2023, el 7% de los encuestados estadounidenses declararon haber participado en "Veganuary" durante al menos parte del mes*.**



VEGANUARY EN ESTADOS UNIDOS

CERCA DE 450 EMPRESAS ESTADOUNIDENSES PARTICIPAN

Marcas, restaurantes y retailers de EE. UU. y Canadá se volcaron con Veganuary 2023, introduciendo nuevas opciones de menú, promocionando sus ofertas basadas en plantas a través de campañas de marketing digital en las tiendas y lanzando nuevos productos veganos. Aquí algunos ejemplos que han destacado este mes de enero.

446 EMPRESAS ESTADOUNIDENSES PROMOVIERON VEGANUARY

209 NUEVOS MENÚS LANZADOS



MARCAS EN EL ENVASE

Las empresas estadounidenses incorporaron la marca en el envase como forma de conectar con los participantes de Veganuary y comercializar sus opciones basadas en vegetales.



LANZAMIENTO DE MENÚ VEGANO

La popular cadena de pizzerías Mellow Mushroom ha lanzado un nuevo menú vegano durante nuestra campaña. "Mellow Mushroom está encantada de lanzar nuestra opción 'Construye tu propia pizza vegana' justo a tiempo para Veganuary", dijo Anne Mejía, vicepresidenta de Desarrollo de Marca.

PETE SPERANZA, CEO DE WICKED KITCHEN:

"Estamos viendo claramente un impulso en el mercado que atribuimos a Veganuary, que ayuda a educar e inspirar a la gente para que pruebe comer a base de plantas. Enero es un gran mes para cambiar los hábitos alimentarios y, en lugar de pensar en "dieta", los consumidores piensan ahora en el impacto medioambiental. Esto se debe en gran parte a la campaña Veganuary. Las cifras de crecimiento son increíbles y estamos realmente orgullosos de apoyar este éxito."



EXPOSICIÓN EN TIENDAS

London Drugs, la popular cadena de farmacias canadiense con más de 75 establecimientos en todo el país, destacó las opciones veganas para Veganuary utilizando llamativas góndolas en las tiendas.



GESTIÓN DE MARCA

Marcas tan conocidas como Hellmann's, Ben & Jerry's y Pacifica aprovecharon Veganuary para promocionar sus opciones veganas a través de creativas campañas de marketing.



SERVICIOS DE CATERING

La empresa de catering neoyorquina Great Performances lanzó una opción de tacos veganos por tiempo limitado en cafeterías populares de la ciudad, como las del Lincoln Center, la Universidad Rockefeller, el Museo de Brooklyn y Wollman Rink.

VEGANUARY EN ESTADOS UNIDOS

EL DESAFÍO EN EL LUGAR DE TRABAJO ARRANCA

Al menos 25 empresas estadounidenses participaron este año en el Desafío en el Lugar de Trabajo de Veganuary, entre ellas Qlik, la Universidad Loyola Marymount, Atlas Copco Mafi-Trench y Lam Research.



JANICE LAI, VP MARKETING, BEHAVIORALLY:

"En Behaviorally, la sostenibilidad es una de las principales prioridades de nuestros clientes y de nuestra empresa. Nos hemos asociado con otros para liderar e impulsar la conversación dentro de la industria global de información sobre el importante tema de la sostenibilidad con nuestra serie "¡Mejor que nos comportemos! Colaborando y comprometiéndonos con Veganuary, damos un paso más y aportamos nuestro granito de arena para apoyar un futuro más sostenible para todos."

AMANDA CIANCIARULO, INGENIERA DE MAQUINARIA, ATLAS COPCO MAFI-TRENCH:

"Atlas Copco Mafi-Trench está comprometida con la sostenibilidad y la preservación del medio ambiente para las generaciones futuras. Participar en Veganuary es un gran paso hacia este objetivo."



AVEDA



LO QUE NUESTROS PARTICIPANTES TIENEN QUE DECIR...

"Veganuary fue increíble. Las recetas, la comunidad, los ánimos y el hecho de mostrar tantas opciones han facilitado el paso a una dieta vegana. Sigán haciendo un gran trabajo. Me comprometo a seguir siendo vegana después de Veganuary"

"Una experiencia muy positiva, buenas vibraciones, buen equilibrio entre educación y cosas divertidas como recetas e información"

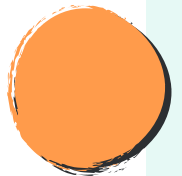
"Veganuary ha sido un cambio de juego para mí. La variedad de productos en los supermercados y restaurantes, pero también el boca a boca. Amigos y familiares han descubierto cosas nuevas para mí, que puedo probar y que son veganas. No me he perdido nada, estoy muy contenta de haberlo hecho y sigo con una dieta vegana"



VEGANUARY EN REINO UNIDO

VEGANUARY ARRASA EN EL REINO UNIDO

Los anuncios, promociones, artículos de prensa y eventos de Veganuary han estado por todas partes en el Reino Unido este mes de enero, y una encuesta de YouGov confirmó que el 4% de los británicos declararon haber participado en Veganuary durante el mes*.



Entre los participantes de este año se encontraban algunas de las celebridades británicas más apreciadas, que se comprometieron a probar el veganismo con nosotros este mes de enero:

En enero también se lanzaron nuestros nuevos podcast y series de YouTube, que ofrecen una gama más diversa de formas de participar en un mundo en constante cambio.

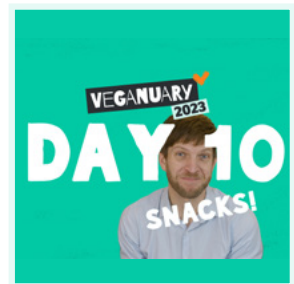


LA ACTRIZ DIANE MORGAN, PROTAGONISTA DE MOTHERLAND, AFTERLIFE Y MANDY, AUNQUE POSIBLEMENTE MÁS CONOCIDA POR SU PAPEL DE PHILOMENA CUNK:

“Acabo de inscribirme en Veganuary. Sería totalmente vegana si pudiera dejar de añadir queso a todo. ¡Por favor, ayúdenme! Realmente amo a los animales y quiero ayudar a acabar con su sufrimiento”.

Nuestra serie de 31 días en YouTube ofrecía a los espectadores una dosis diaria de dos minutos de consejos útiles para probar el veganismo y tuvo más de 31.000 visitas con una valoración media del 99,45%.

Nuestro podcast semanal tuvo más de 10.000 escuchas e incluyó entrevistas con el actor Danny Hatchard, la fundadora y chef de Deliciously Ella, Ella Mills, Lucy Watson de Made in Chelsea, el chef gourmet francés Alexis Gauthier y la fundadora de Oggs, Hannah Carter.



EL CANTANTE Y ESTRELLA DE TV PETER ANDRE SE ASOCIÓ CON BEYOND MEAT PARA PROMOVER VEGANUARY:

“Estoy emocionado de participar en Veganuary y lanzar el concurso #FirstStepBeyond con Beyond Meat para ayudar a otros a dar el primer paso para comer más alimentos de origen vegetal.”

COLLEEN:

“¡Me encanta escuchar tu podcast! ¡He aprendido mucho!”

J20:

“Ha sido un podcast muy bueno, ¡y ahora probaré Veganuary!”

VEGANUARY EN REINO UNIDO

VEGANUARY CELEBRA SU DÉCIMO ANIVERSARIO

El día de Año Nuevo de 2023 marcó el 10º aniversario de nuestro primer compromiso que se lanzó en el Reino Unido el 1 de enero de 2014 - ¡cómo vuela el tiempo cuando estás ocupado cambiando el mundo! Para conmemorar este hito, pedimos a YouGov una encuesta para descubrir qué tan grande ha sido el impacto de Veganuary en Gran Bretaña durante estos años. ¡Los resultados son muy inspiradores!

- El 9% de los adultos británicos han participado en Veganuary al menos una vez desde que comenzó nuestro compromiso en 2014. Basándonos en la población actual, ¡esto supone aproximadamente seis millones de personas!
- En total, el 85% de los participantes no veganos han reducido su consumo de productos de origen animal desde que hacen Veganuary, con un 23% convirtiéndose en veganos, un 43% reduciendo el consumo al menos a la mitad y otro 20% en al menos una cuarta parte.
- La mayoría de los participantes citaron el bienestar animal como factor motivador para participar (62%), seguido de razones medioambientales (54%), de salud personal (46%) y de salud mundial, por ejemplo, las pandemias y la resistencia a los antibióticos (30%).
- También se ha producido un notable aumento del consumo de productos vegetales entre las personas que no han participado en Veganuary. Con un 37% que dice comer más alimentos vegetales ahora que hace 10 años.
- Casi tres cuartas partes (71%) de los adultos británicos han oído hablar de Veganuary.
- No cabe duda de que Veganuary es la tendencia que no pasa de moda, ya que este año hemos recibido más cobertura de la prensa británica que nunca.



Veganuary es definitivamente la tendencia que no deja de crecer mientras que ¡la prensa británica lo cubre este año más que nunca!

Durante esta campaña, más de 1.700 artículos aparecieron en los medios de comunicación, incluyendo entrevistas en Sky News y BBC Sunday Morning Live, más de 125 artículos nacionales y más de 500 artículos regionales en todo el Reino Unido.

Una señal aún mayor de que Veganuary forma parte de la cultura británica fueron las menciones positivas en Coronation Street y en el Great British Bake Off. Los icónicos programas de televisión británicos promovieron los beneficios y el sabor de la comida vegana, lo que demuestra el enorme impacto que estamos teniendo.

Nuestros canales en inglés en las redes sociales también alcanzaron nuevas cifras esta campaña, con un total combinado de casi 1 millón de seguidores (956.000) y #Veganuary visto en TikTok más de 894 millones de veces a finales de enero de 2023.

Nuestro perfil se elevó aún más al dar la bienvenida a dos nuevos embajadores para ayudarnos a llegar a nuevas audiencias: la estrella e influencer de Made in Chelsea Lucy Watson y el chef gourmet francés Alexis Gauthier.



LA PRESENTADORA DE TELEVISIÓN JASMINE HARMAN QUE PARTICIPÓ EN EL PRIMER VEGANUARY EN 2014, DIJO:

“Creo que siempre supe que Veganuary explotaría, y que sería enorme, pero ver lo grande que se hizo y lo rápido que ha sido, es simplemente fenomenal”. Y añadió: “Me siento muy orgullosa y muy privilegiada de haber estado con Veganuary desde el principio y de ser una de sus embajadoras.”

VEGANUARY EN REINO UNIDO

LAS EMPRESAS SE SUMAN A VEGANUARY

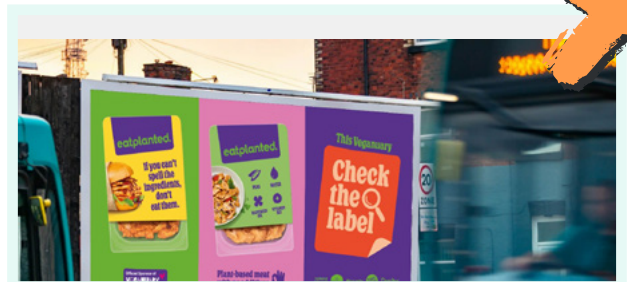
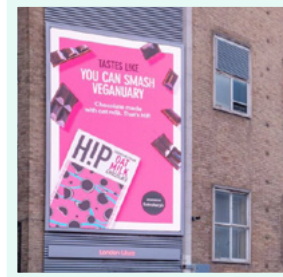
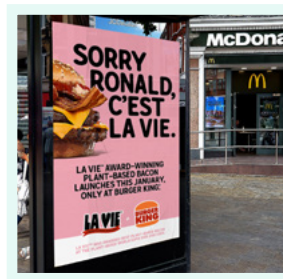
Este año, más marcas y empresas británicas que nunca apoyaron a Veganuary y nuestro logotipo pudo verse en vallas publicitarias, campañas de publicidad exterior, redes sociales, marketing por correo electrónico y en las tiendas.

Entre las acciones de marketing más destacadas de Veganuary se incluyen:

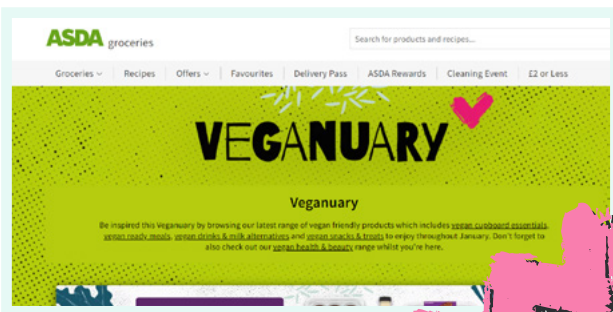
- Burger King lanzó dos nuevas opciones a base de plantas: el Vegan Royale Bakon King y el Plant-Based Bakon King.
- THISTM celebró un "funeral" por el tocino de cerdo con motivo del lanzamiento de su nuevo tocino vegano crujiente.
- Las cadenas veganas Purezza y Unity Diner animaron a los comensales a traer a un amigo no vegano para conseguir una comida gratis, mientras que Wahaca ofreció una entrada vegetal gratis a todos los clientes.
- The Queen Inn Pub se hizo totalmente vegano tras una prueba en Veganuary 2022, y este mes de enero se convirtió en el primer restaurante de asados del mundo a base de plantas.
- Flora lanzó una gran campaña publicitaria instando a los amantes de los lácteos a "pasar de la vaca".

Las marcas aprovecharon al máximo el protagonismo de Veganuary este año. Nuestro patrocinador Cauldron experimentó un aumento del 19% en la participación en las redes sociales, y la marca de sustitutos del huevo Crack'd tuvo más de 27 millones de impresiones gracias a su campaña de marketing con Veganuary. La campaña Veganuary de Just Eat fue mencionada más de 500 veces por la prensa y las personas influyentes, con más de 200 millones de visitas.

Heinz lanzó versiones veganas de sus superventas Crema de Tomate y Alubias con Salchichas, que se convirtieron rápidamente en las favoritas de los fans. Otros lanzamientos interesantes fueron el helado Raspberry Swirl de Magnum, la salchicha de chorizo de Squeaky Bean, el toad in the hole vegano de Yorkshire Pudding Co y la bebida de chocolate caliente vegano de Maltesers.



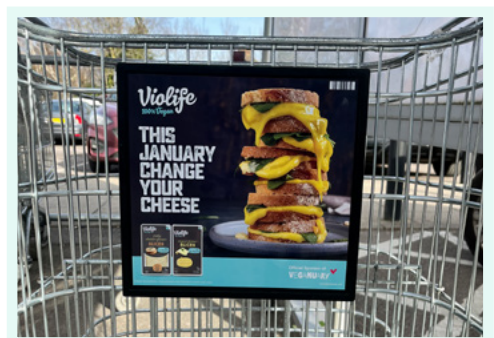
VEGANUARY EN REINO UNIDO



Más de 23.000 restaurantes y almacenes participaron en la campaña 2023 de Deliveroo, un servicio de reparto de comida que lleva mucho tiempo apoyando Veganuary. Algunos de los aspectos más destacados fueron las colaboraciones de grandes marcas como McDonald's Double McPlant con Beyond Meat; The Real Greek, que se asoció con nuestro patrocinador EatPlanted para crear su menú de enero; y las nuevas opciones de sándwiches de The Vegetarian Butcher en Subway y Starbucks. Otras cadenas introdujeron versiones veganas de los platos favoritos de sus clientes, como el Kare Loman de Wagamama, la baguette vegana Ploughman de Pret, la baguette vegana de pollo frito del sur de Greggs y la carbonara vegana y el hoagie de parmigiana de Frankie & Benny.

La hostelería es otra categoría en crecimiento, ya que cada vez más empresas introducen catálogos y secciones de Veganuary en su sitio web. La marca libre de carne Unconventional Taste vio aumentar sus ventas un 112% en enero de 2023 con respecto al año pasado.

Según Kantar, los supermercados registraron un aumento del 21% en sus ventas de productos vegetales de marca propia durante Veganuary. Debido al aumento de la demanda de los consumidores, Aldi lanzó su gama vegana más grande y su gama congelada Plant Menu experimentó un aumento masivo del 200% en las ventas en Veganuary 2022. Asda lanzó dos nuevas marcas veganas: OMV y Plant Based by Asda. Durante el mes de enero se lanzaron más de 80 nuevos productos. Como resultado, las ventas de sus líneas de comida vegana para llevar se dispararon un 200% en enero de 2022.



VEGANUARY EN REINO UNIDO

CASI 100 EMPRESAS PARTICIPAN DEL DESAFÍO EN EL LUGAR DE TRABAJO

Este año hemos tenido el mayor número de participantes en el Desafío en el Lugar de Trabajo en UK, con un total de 94 empresas inscritas. Aunque esta cifra es impresionante, la diversidad y el tamaño de las organizaciones que han participado son realmente sorprendentes.

Hemos tenido muchos participantes que repiten el desafío, como PWC, EY, Superdrug, Harrods, Hastings Direct, IHG Hotels y Nottingham Community Housing, así como muchos nuevos participantes de una amplia gama de sectores:

- Grandes nombres: Mars Food Europe, Just Eat Takeaway, Ministry of Defence Veg Network, London Northern Eastern Railways, BAFTA, Gordon Ramsay Restaurants, ODEON Cinemas, Civil Service Veg Network y Too Good To Go.
- También entramos en nuevas áreas, como el deporte con el club de fútbol Brentford y el Squash Wales.
- Tecnología: SN Systems (parte de PlayStation, King y Activision) y Blizzard (creadores de la franquicia de videojuegos más vendida, Call of Duty)
- Distribución: UPGS (propietarios de marcas como Russell Hobbs, Salter, Dreamtime y Kleeneze)
- La participación del sector público fue enorme este año: Greater London Authority, Suffolk County Council, Surrey County Council, NHS Trusts y NHS Supply Chain.
- La participación de las universidades y escuelas superiores fue muy elevada, con un gran impulso por parte de los propios estudiantes. College de Londres, la Universidad de Cambridge, la Universidad de Exeter, la Universidad de York, Oxford Brookes, el Chelmsford College y el Farnborough College. Es estupendo ver que los consumidores del futuro ya están tan implicados en el movimiento.



A lo largo del mes organizamos varios actos para los participantes en el Desafío en el Lugar de Trabajo, como degustaciones de productos de EatPlanted en el King's College, Activision y Blizzard; charlas sobre el veganismo en la Universidad de Cambridge (con muestras de EatPlanted y Heura), Greater London Authority, EY, Just Eat y varias organizaciones más. Tuvieron una acogida excepcional y aportaron valor tanto a nuestros patrocinadores como a los participantes.

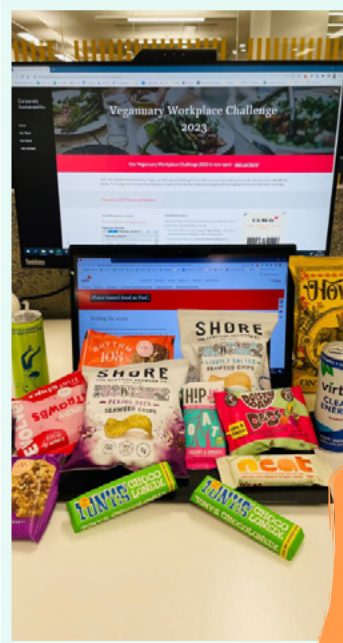
Veganuary también se asoció con Humane Society International UK y Plant Futures para ofrecer una clase magistral de cocina basada en plantas a los chefs instructores del Ejército, la Real Fuerza Aérea, la Armada y la Administración Pública. La sesión cubrió los fundamentos de la elaboración de deliciosos platos a base de plantas y la cocina se llenó de energía cuando los chefs del MOD crearon deliciosos y vibrantes platos que fueron un gran éxito entre el personal militar.



VEGANUARY EN REINO UNIDO



Posiblemente el resultado más inspirador en las redes sociales de los participantes en el Desafío en el Lugar de Trabajo 2023 fue **ADEPT CARE HOMES**, en los que participaron el personal y los residentes.



DAVE DUSANGH – DIRECTOR GENERAL, MARS FOOD EUROPA:



“En Mars Food somos conscientes de la importancia de lo que comemos, de dónde viene y con quién lo compartimos. Creemos que un mundo mejor mañana es aquel en el que todo el mundo tiene acceso a alimentos nutritivos y respetuosos con el planeta, y por eso animamos a nuestros asociados a participar en Veganuary, algo en lo que personalmente me entusiasma participar.”

CLAUDIA HEDGER - CO-CHAIR DE CIVIL SERVICE VEG NETWORK:



“La Civil Service Vegan Network es una red de funcionarios interesados en el veganismo. A lo largo del año organizamos eventos interesantes a los que la gente puede asistir en su tiempo libre, enviamos boletines informativos y proporcionamos recursos para mejorar la inclusión del veganismo en la Administración Pública, así que no se nos ocurre nada más relevante que animar a la gente a probar Veganuary. Para apoyar a los interesados, hemos organizado una serie de eventos en enero, incluyendo sesiones para aquellos que intentan Veganuary para obtener un poco de inspiración y apoyo, así como oradores que hablan de sus experiencias y el veganismo en general.”

JAZ RABADIA - DIRECTOR GLOBAL DE NEGOCIO RESPONSABLE Y SOSTENIBILIDAD, JUST EAT TAKEAWAY:



“Con nuestra escala global, queremos inspirar tanto a nuestros consumidores como a nuestros empleados para que prueben platos basados en plantas en el mes de enero y más allá. Por esta razón, durante todo el mes concienciaremos a nuestro público interno y externo sobre el desafío de Veganuary: promocionaremos platos veganos y vegetarianos en nuestra plataforma y ofreceremos promociones y ofertas especiales para apoyar a todo aquel que quiera embarcarse en este viaje con nosotros. Esto incluye nuestro reto de bienestar en el lugar de trabajo que anima a nuestros empleados a explorar diferentes alimentos basados en plantas para ayudar a mantener sus cuerpos y mentes sintiéndose en su mejor momento.”



VEGANUARY EN ALEMANIA

EL FUROR ALREDEDOR DE VEGANUARY EN ALEMANIA

El éxito de Veganuary en Alemania está muy vivo y ha alcanzado nuevas cifras en la campaña de este año. Una encuesta de YouGov* realizada en nombre de Veganuary al comienzo de la campaña reveló que más de tres millones de alemanes ya habían participado en Veganuary, y más de una cuarta parte de los adultos en Alemania estaban interesados en probar una dieta basada en plantas en 2023.

Nuestra presencia en Alemania se amplificó aún más con la ayuda de algunas estrellas increíbles que apoyaron nuestro video de lanzamiento de la campaña y el evento, compartiendo cómo Veganuary les está dando esperanza y lo que impulsa su decisión de ser veganos. Entre los colaboradores se encontraban la modelo y escritora Marie von den Benken; los actores Matthias Weidenhöfer, Kerstin Landsmann y Lucas Reiber; el atleta de fuerza Patrik Baboumian; el autor de libros de cocina Alexander Flohr; la doctora, activista queer y vegana Aljosha Muttardi; y el influencer Luke Jaque-Rodney.

Las empresas alemanas se sumaron a Veganuary organizando varios eventos a lo largo del mes.



DEAN & DAVID celebró un fin de semana vegano en uno de sus restaurantes berlineses, ofreciendo todos los platos a base de pollo elaborados con EatPlanted por 1 euro menos que la versión con carne.



L'OSTERIA celebró la ocasión con la prensa y celebridades en Munich.



SIMPLY V inauguró un "Museo del Queso Alternativo", una tienda pop-up en una de las calles más animadas de Berlín.

VEGANUARY EN ALEMANIA

VEGANUARY SE APODERA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALEMANES

Veganuary apareció en más de 2.132 noticias de medios de comunicación de Alemania, Suiza y Austria, incluidos programas nacionales de radio y televisión como ARD, ZDF, 3sat, DLF y rbb, así como ProSieben o RTL. También conseguimos cobertura en medios de renombre como *Bild*, *Tagesspiegel*, *Welt* o *taz*, *Spiegel Online* y *Stern Online*, y en revistas de estilo de vida como *Cosmopolitan*, *Vogue* y *Bunte*. Los efectos positivos que las dietas basadas en plantas pueden tener sobre el medio ambiente, los animales y la salud han aterrizado de lleno en la agenda de los medios de comunicación en lengua alemana, desde la radiodifusión pública y privada hasta los medios de comunicación de ámbito nacional y los periódicos regionales.



La revista de marketing y negocios **HORIZONT** informó sobre varios anuncios de televisión veganos que se emitieron durante el mes de enero, entre ellos el del minorista Lidl con Ralf Moeller, partidario de Veganuary.



STIFTUNG WARENTEST ha calificado el veganismo como una "oportunidad para la salud y nuestro planeta".



PROSIEBEN, NDR y **3SAT** fueron solo algunos de los canales de televisión que hablaron de Veganuary y del impacto que han tenido las decisiones de nuestros participantes.



El diario nacional **TAZ** elogió a Veganuary como una iniciativa que merece la pena, y el periódico más importante de Alemania **BILD** también animó a la gente a hacerlo.




La revista especializada en marketing **W&V** publicó la campaña con el titular "Veganuary: La tendencia veggie que desafía a la crisis" y el video de nuestra campaña estrella obtuvo cobertura el mismo día de su publicación.

VEGANUARY EN ALEMANIA

PARTICIPAN MÁS DE 800 EMPRESAS

Seguimos registrando un alentador compromiso por parte de las empresas en Alemania, con más de 860 marcas, restaurantes y minoristas promoviendo Veganuary, ¡más del doble en comparación con el año pasado! La campaña 2023 ha sido testigo de una emocionante variedad de lanzamientos de nuevos productos, menús, promociones en tiendas, campañas de marketing digital y especiales de Veganuary, como podcasts y números de revistas para consumidores.

MÁS DE 425
NUEVOS MENÚS
VEGANOS

MÁS DE 500
NUEVOS
PRODUCTOS
VEGANOS

MÁS DE 860
EMPRESAS SE
SUMARON A LA
CAMPAÑA DE
VEGANUARY

ALDI SÜD
ANUNCIÓ
SUS PLANES DE
AMPLIAR SU GAMA
VEGANA DE MARCA
PROPIA A 1.000
PRODUCTOS



LOS PRINCIPALES

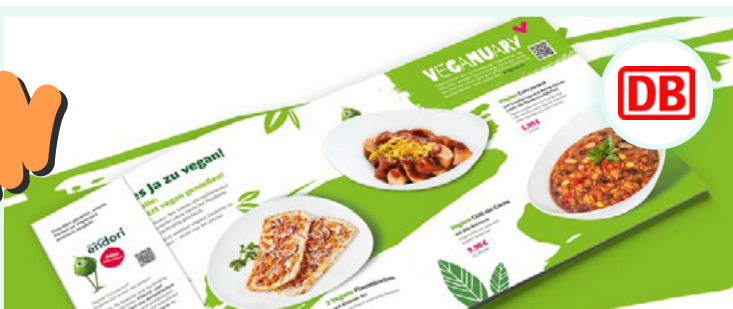
RETAILERS como Aldi Süd & Nord, Lidl, Edeka, Rewe, Kaufland, Penny, Globus, Markant y Netto, entre otros, participaron con ofertas y promociones de ventas. En muchos supermercados, no había forma de escapar al ruido de Veganuary.



El fabricante de chocolate **ITTER SPORT** anunció sus nuevos productos veganos en pantallas de gran formato en calles, estaciones de tren y centros comerciales. La empresa de marketing Ströer prevé que la campaña habrá sido vista ¡2.300 millones de veces!



En enero de 2020, Nina Tümmers participó en la primera campaña de Veganuary en Alemania y siguió siendo vegana. Ahora dirige **GREENS CAFÉ**, el primer café vegano de Kempen, su ciudad natal.



DEUTSCHE BAHN, el servicio de trenes alemán ha hecho veganos tres de los platos más vendidos de su menú (incluido el currywurst) para Veganuary 2023, disponibles en 345 restaurantes y unos 450 bistros a bordo. Informaron que el 20% de los pedidos durante el mes de enero fueron veganos, y como resultado, todos los nuevos platos del menú se añadirán al menú estándar. Este exitoso lanzamiento acapará numerosos titulares.

LA
CADENA DE
RESTAURANTES
CHAIN GUSTAV
GRÜN ANUNCIÓ
QUE SERÁ 100%
VEGANA



GRANDES CADENAS DE RESTAURANTES como Pizza Hut Alemania, Domino's Pizza Deutschland, Burger King, Subway, L'Osteria, Hans im Glück, Peter Pane, Burger Heart, Burgerme, Mundfein y Pommesfreunde lanzaron menús dedicados al veganismo y nuevos platos.

VEGANUARY EN ALEMANIA

MÁS DE 70 EMPRESAS SE SUMAN AL DESAFÍO EN EL LUGAR DE TRABAJO

Veganuary también está causando sensación en lugares de trabajo, escuelas y otras instituciones públicas. Este año, más de 70 empresas alemanas, entre ellas PUMA, BASF, Unilever, Gerry Weber y Lieferando, participaron en el Desafío en el Lugar de Trabajo y animaron a sus empleados a probar alimentos vegetales durante un mes.

Fue fantástico ver que se servían platos veganos en muchas instituciones y lugares de trabajo con la ayuda de grandes empresas de catering como Aramark, L&D, SV Group, Dussmann y Vielfalt Menü. Proporcionaron a guarderías, escuelas, ministerios y comedores deliciosos y coloridos platos a base de plantas, y algunos proveedores incluso desarrollaron nuevas opciones de menú para el mes de la campaña.



Muchas universidades participaron en Veganuary, ofreciendo opciones a base de plantas en los campus. Studentenwerk Halle informó de que alrededor del 30% de los platos vendidos en sus 12 comedores durante el mes de enero eran veganos.



KATHARINA HAUKE, DIRECTORA GENERAL, LIEFERANDO:



"La nutrición vegana y la importancia de un estilo de vida sano son de enorme importancia para nuestra sociedad. Yo y muchos otros compañeros volveremos a participar en el reto de Veganuary y estoy deseando ver la emocionante selección de platos veganos de nuestros restaurantes asociados que probaré en enero."

MARCEL KIESEL, JEFE DE VENTAS INTERNAS, ERGO GOURMET:



"Vemos nuestra participación como una importante oportunidad para empezar el nuevo año con más conciencia en nuestros platos y hacia la protección de nuestro medio ambiente y la sostenibilidad."

ANGELIKA SCHINDLER-OBENHAUS, CHAIRMAN Y CEO, GERRY WEBER INTERNATIONAL AG:



"Veganuary es una gran oportunidad para concienciar una vez más de que con una dieta puramente vegetal podemos contribuir a reducir nuestra huella de carbono personal y proteger así el clima y la biodiversidad."

ALEXANDER BOHRER, DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS, TARGOBANK:



"Nos enfrentamos a retos todos los días, desde el cambio climático hasta el aumento de los precios de los alimentos. Cambiar nuestros hábitos alimentarios puede ser parte de la solución y Veganuary es una forma estupenda de probarlo."

VEGANUARY EN LATINOAMÉRICA

LA POPULARIDAD DE VEGANUARY CRECE EN LATINOAMÉRICA



Veganuary tiene campañas activas en Chile, Argentina y Brasil y estamos asombrados por los resultados que hemos visto este año. Por primera vez, se encuestó a la población general de estos países sobre si habían participado en el desafío durante enero de 2023. La encuesta de YouGov* reveló que el 5% de los encuestados en Chile, el 7% en Argentina y el 8% en Brasil informaron haber participado en Veganuary durante al menos parte del mes, lo que demuestra la creciente popularidad del desafío en toda Sudamérica.

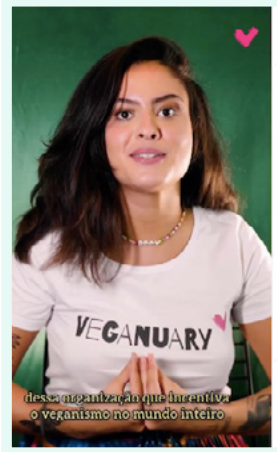
Incluso figuras políticas de alto nivel en Chile, como Tomás Boric, hermano del actual presidente de Chile, y Jorge Brito, miembro de la Cámara de Diputados, participaron en Veganuary.

Varias figuras destacadas nos ayudaron a aumentar aún más nuestra presencia en América Latina este año, entre ellas la galardonada cantante Anitta, que contribuyó con varias recetas veganas a nuestro libro de cocina para celebridades; la actriz brasileña Hana Khalil, que compartió un vídeo pidiendo a sus dos millones de seguidores que se unieran a Veganuary; y la presentadora y superestrella brasileña Xuxa, que sigue apoyando Veganuary cada año a través de la difusión en los medios de comunicación y declaraciones públicas.



TOMÁS BORIC:

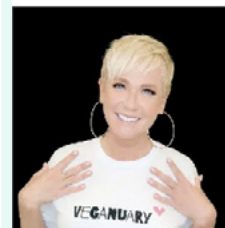
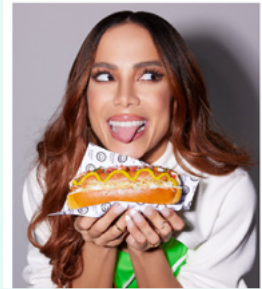
"Creo que el veganismo es lo más consecuente cuando se habla de querer cambiar el mundo en relación a la alimentación."



NOTICIAS

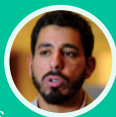
"ENERO VEGANO": LA CONOCIDA CANTANTE ANITTA APOYA A VEGANUARY CON DELICIOSAS RECETAS

18 de Septiembre de 2023



Xuxa invita a probar el veganismo junto a Veganuary

A pocos días de iniciar un nuevo "Enero Vegano", celebridades y destacados rostros latinos han mostrado su apoyo a Veganuary, la campaña mundial para probar el veganismo durante el mes de enero y más allá. Para esta nueva versión, la organización, presente en todo el mundo y con una activa campaña en Latinoamérica...



JORGE BRITO:

"Me uno al reto Veganuary durante el mes de enero y no comeré productos animales. Si bien soy vegetariano, es muy importante profundizar la empatía, la conciencia y además como generación, tenemos el deber histórico de hacer frente a la crisis climática."

*Todas las cifras, salvo que se indique lo contrario, proceden de YouGov Plc. Las encuestas se realizaron en línea en enero de 2023. Las cifras se han ponderado y son representativas de todos los adultos (mayores de 18 años) de Argentina, Chile y Brasil, respectivamente. En Argentina, el tamaño total de la muestra fue de 2.102 adultos. En Chile, el tamaño total de la muestra fue de 1.021 adultos. En Brasil, el tamaño total de la muestra fue de 2.063 adultos.

VEGANUARY EN LATINOAMÉRICA

COBERTURA MEDIÁTICA EN NUEVE PAÍSES DE LATINOAMÉRICA

¡Veganuary fue la palabra de moda en toda Latinoamérica! Logramos un total de 331 artículos en medios de comunicación de nueve países de América Latina, con cobertura en televisión, radio y medios digitales. Algunos de los medios destacados fueron *El Mercurio*, *CNN* y *Las Últimas Noticias* en Chile, *El Comercio* en Perú, *El Universo* en Ecuador, *Reforma* en México y *Folha de S. Paulo* en Brasil.



Y la repercusión mediática no se detuvo ahí. También conseguimos las primeras apariciones de Veganuary en la televisión brasileña con un reportaje de cinco minutos en la cadena de televisión Globo, que fue visto por más de dos millones de espectadores, así como una entrevista positiva de tres minutos en un programa, en la televisión chilena, en Canal 13, que fue vista por más de 660.000 espectadores.

Veganuary también salió a la calle este año. Con cuatro carteles gigantes, pusimos de relieve la relación entre la crisis climática y la dieta para llamar la atención del público sobre los alimentos de nuestros platos y animarlos a aceptar el reto de Veganuary. Los llamativos anuncios estuvieron visibles durante todo un mes en las principales estaciones del Metro de Santiago de Chile y en los autobuses de las principales rutas de Buenos Aires, Argentina.



VEGANUARY EN LATINOAMÉRICA

HITOS CORPORATIVOS EN AMÉRICA LATINA

Un total de 232 empresas de todo el continente participaron en Veganuary 2023, ¡Lo que supone casi el doble que el año pasado! Las empresas contribuyeron a difundir la idea de la alimentación basada en plantas con ofertas especiales de productos, promocionando la campaña Veganuary y lanzando nuevos productos durante el mes de enero.

Algunas de las marcas más destacadas del mundo como Subway, Dunkin, Heinz, IKEA, Kraft, Papa John's, Domino's Pizza, Nestlé y Unilever participaron en Veganuary creando gráficos para la campaña, comunicados de prensa sobre su participación e incluso páginas web dedicadas a ayudar a la gente a elegir deliciosas opciones basadas en plantas.

Gracias a los esfuerzos dedicados de las marcas basadas en plantas NotCo, Upfield y Vilay, ¡la campaña Veganuary 2023 ganó visibilidad en más de 100 supermercados en México y Chile!

MACARENA GARCÍA, BRAND MANAGER, NOTCO:



"En NotCo estamos muy contentos por trabajar con Veganuary una vez más. Cada año este reto anima a nuevas personas a descubrir, probar y cambiar su dieta a una basada en plantas para proteger el planeta y los animales (que es nuestra misión como empresa). A nivel de comunicación, nuestros seguidores ven un gran valor en formar parte de estas iniciativas y hemos visto un excelente alcance en nuestras redes sociales (30.000 visualizaciones en stories)."



VEGANUARY EN LATINOAMÉRICA

EL DESAFÍO EN EL LUGAR DE TRABAJO COBRA IMPULSO

El Desafío en el Lugar de Trabajo es cada vez más popular y animamos a importantes empresas de México y España a unirse a él este año. Empresas como Avon, Natura, The Body Shop, Groupon y Heura motivaron a sus colaboradores a seguir una dieta basada en plantas durante el mes de enero, y Heura en España mostró los platos veganos elegidos por sus empleados en las redes sociales.

**MARTA GIL, COMMS MANAGER
IBERIA, HEURA:**



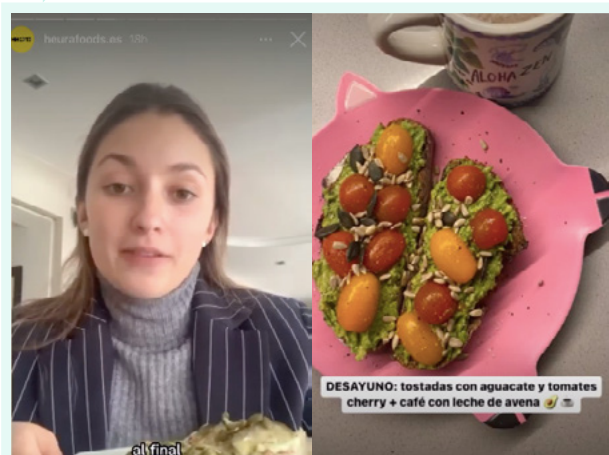
“Creemos que la mejor forma de empoderar a los consumidores es a través de la información y el ejemplo. Es por esto que decidimos constantemente participar en iniciativas como Veganuary, que busca incentivar una alimentación 100% vegetal durante el mes de enero.”



**SOFÍA ESCAMILLA,
GERENTE GENERAL,
THE BODY SHOP MÉXICO:**



“Creemos necesario y natural que nuestros equipos experimenten otras aristas del estilo de vida vegano más allá de nuestros productos, para que de primera mano puedan conocer otros beneficios que este estilo de vida puede ofrecerles.”

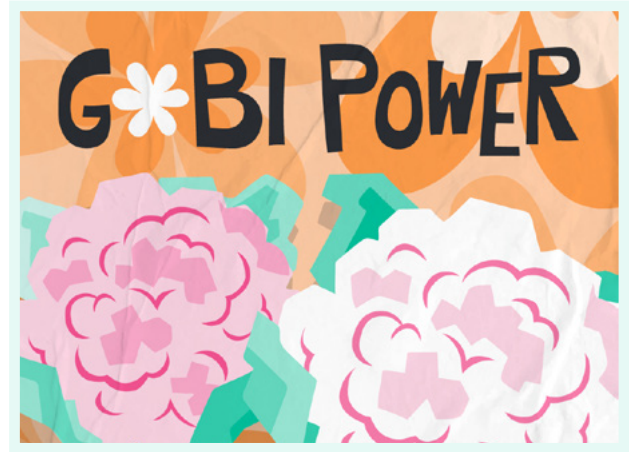


VEGANUARY EN INDIA

EL FUROR DE VEGANUARY LLEGA A INDIA

RÉCORD DE PARTICIPACIÓN

Veganuary 2023 ha sido un éxito rotundo en la India, con 90.792 inscripciones oficiales este año. Las personas que probaron el veganismo con nosotros tuvieron acceso a un nuevo kit de inicio indio y a recetas indias, junto con todo el nuevo y emocionante contenido internacional que Veganuary creó, como el podcast y la serie de YouTube.



"Soy vegana desde el año pasado y quería escribirles para decirles que estos correos electrónicos son muy buenos y fáciles de leer. Muchas gracias por hacer esto."

AMRITHA

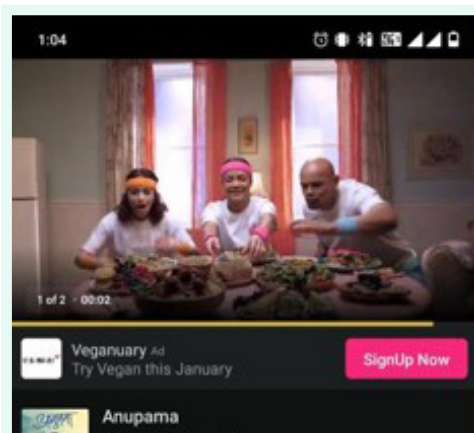


"Hoy es mi tercer aniversario vegano y sólo quería darle las gracias a su equipo por poner en todo el trabajo duro en esta causa. Ser vegano ha cambiado mi vida en el buen sentido y Veganuary lo hizo posible para mí. Pude hacer la transición tan fácilmente gracias a ustedes. Así que, ¡muchas gracias!"

APURVA



ANUNCIOS DE LA CAMPAÑA



El anuncio en video de Veganuary se publicó en la popular plataforma de streaming Disney + Hotstar y generó **CERCA DE 627.000 IMPRESIONES.**



Veganuary ha colocado anuncios llamativos en **Eye-Catching Ads on Cabs** en Nueva Delhi y Bangalore.

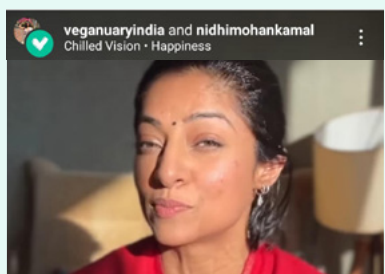
VEGANUARY EN INDIA

PARTICIPACIÓN DE CELEBRIDADES E INFLUENCERS

Tres nuevos embajadores se unieron a nuestra campaña en India este año: la escaladora del Everest, Prakriti Varshney y las artistas Amy Aela y Monica Dogra, elevando a 10 el número total de embajadores indios para el 10º aniversario de Veganuary. ¡Una forma estupenda de celebrar este hito!



Cinco embajadores indios ayudaron a correr la voz sobre Veganuary creando atractivos vídeos para la campaña. Los vídeos tuvieron **ALCANCE COLECTIVO DE 452.240 EN INSTAGRAM.**



CERCA DE 70 INFLUENCERS VEGANOS

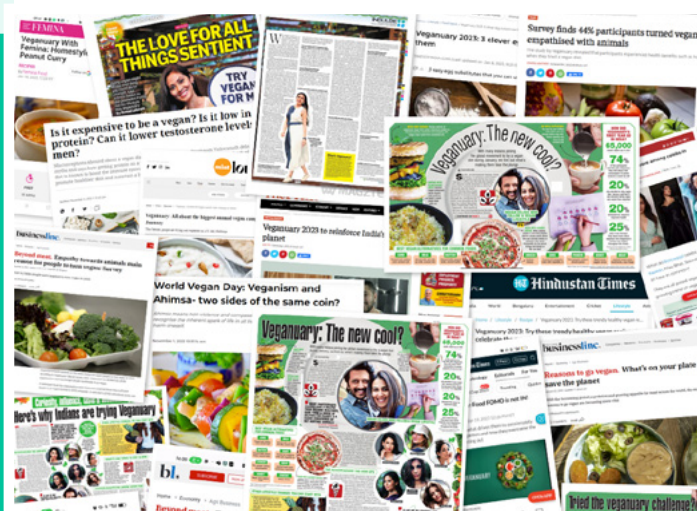
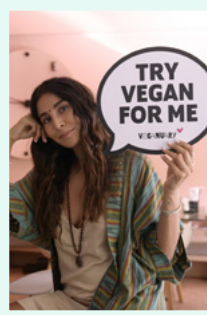
apoyaron la campaña creando y promocionando contenidos de Veganuary en Instagram.



Veganuary se asoció con una pastelería vegana para producir **UN CALENDARIO CREADO POR ARTISTAS VEGANOS.**



Este año, el célebre **CHEF VICKY RATNANI,** aceptó el reto de Veganuary y compartió deliciosas recetas veganas cada semana.



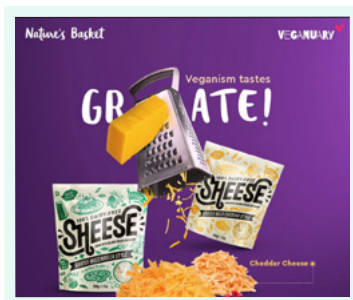
COBERTURA MEDIÁTICA

Veganuary 2023 recibió una amplia cobertura mediática en India, con más de 1.009 artículos publicados, 47 reportajes detallados sobre Veganuary, entrevistas a famosos embajadores y artículos de opinión. También se publicaron recetas de Veganuary en las versiones impresa y online de los principales periódicos indios para mostrar a la gente lo delicioso que puede ser comer vegano. En el mayor periódico en lengua inglesa de la India, *The Times of India*, se publicó un artículo a toda página que mostraba la popularidad de Veganuary.

VEGANUARY EN INDIA

POPULARES MARCAS INDIAS APOYAN EL VEGANISMO

Un total de 100 empresas indias participaron en Veganuary 2023, incluidas grandes empresas como BigBasket, Nature's Basket, Swiggy Instamart, Baskin Robbins, Wingreens World y Dr. Reddy's Laboratories.



8 NUEVOS LANZAMIENTOS DE MENÚS VEGANOS

26 NUEVOS PRODUCTOS VEGANOS LANZADOS

7 PROMOCIONES DE VEGANUARY EN TIENDAS

3 PARTICIPANTES EN EL DESAFÍO EN EL LUGAR DE TRABAJO

MOHIT KHATTAR, CEO, GRAVISS FOODS PVT LTD:



"Baskin Robbins siempre ha querido ofrecer a sus consumidores lo mejor en placeres. Para los consumidores veganos, esto incluye la opción de disfrutar de versiones vegetales y sin lácteos (veganos) de los sabores más populares de Baskin Robbins. El veganismo es cada día más popular y Baskin Robbins está encantado de celebrarlo con sus consumidores veganos a través de la participación en Veganuary."

Las marcas participantes promocionaron la campaña en sus canales de redes sociales, compartieron contenidos colaborativos con nosotros y añadieron declaraciones de apoyo a la prensa relacionada con el veganismo. Esto es lo que han dicho las marcas sobre su colaboración con Veganuary este año:

VIMAL SHARMA - CEO Y FUNDADOR, SMOOR CHOCOLATES:



"Nuestros clientes siempre nos han admirado por nuestro menú auténtico. La demanda y el amor que hemos visto por nuestra gama vegana es un testimonio de ello, y lo estamos llevando un paso más allá participando en Veganuary 2023 con el lanzamiento de una exótica gama de delicias veganas."

VIKRAMADITYA CHAUDHRI, COFUNDADOR, WINGREENS WORLD:



"Las opciones dietéticas veganas son la marca de una generación más consciente que se preocupa por un futuro sostenible. En Wingreens World, estamos orgullosos de tener una amplia gama que atiende a este mismo consumidor y estamos encantados de trabajar con Veganuary este 2023 para promover la salud, el bienestar y el cambio para mejor."

LO QUE NUESTROS PARTICIPANTES TIENEN QUE DECIR...

“Nos ENCANTA. Estamos tan impresionados con las recetas, el contenido creado y compartido, el acceso a la información, el enfoque que educa a la gente y sigue siendo alentador. ¡Es increíble!”

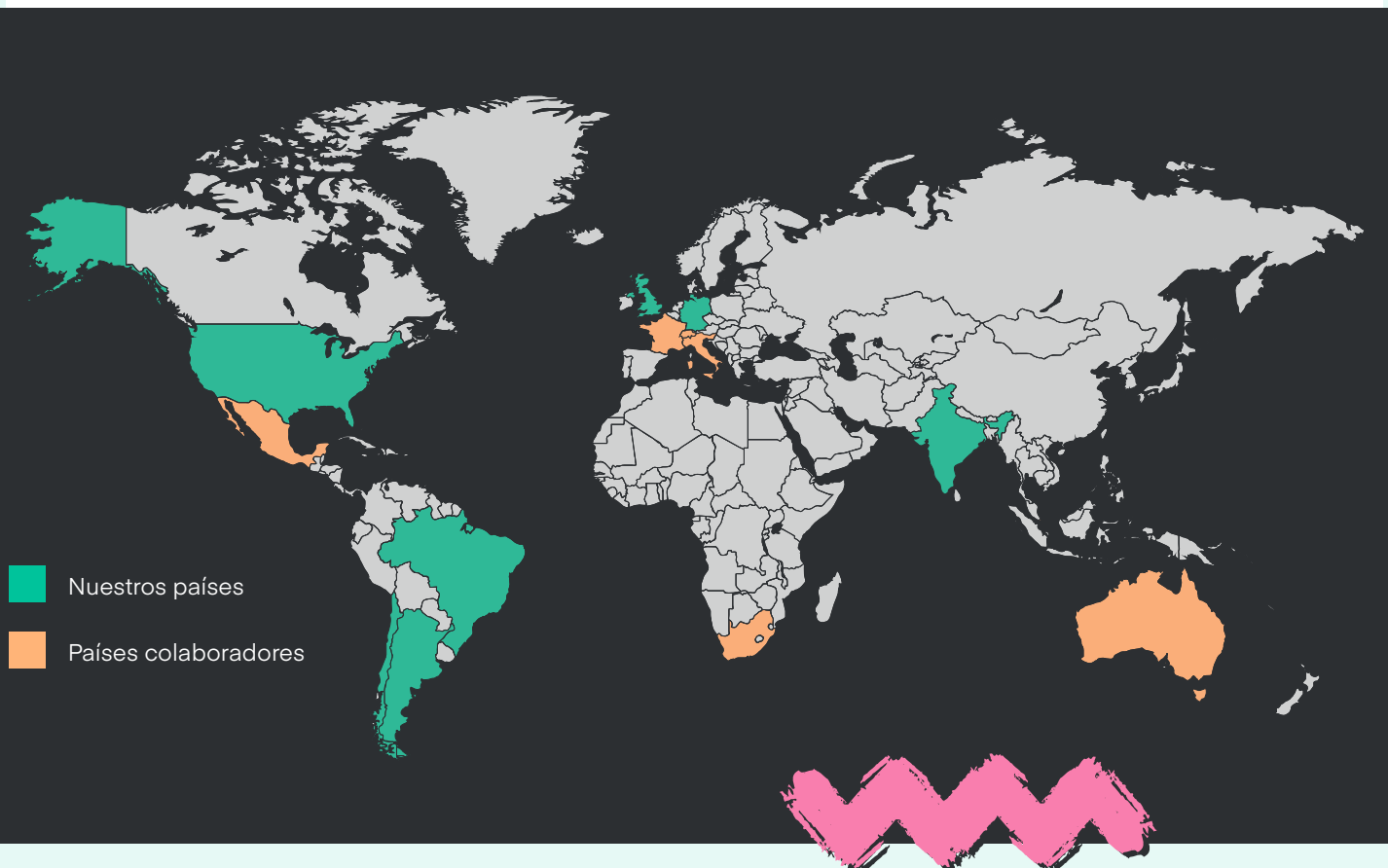
“Excelentes recursos en cuanto a requisitos dietéticos (por ejemplo, suplementos de vitamina B12) y recetas. Informativo pero no extremista ni culpabiliza a la gente por sus elecciones, lo que creo que es el enfoque correcto para las personas que se plantean hacerse veganas de forma permanente. Soy vegana desde hace poco más de un año y me ha parecido excelente para ofrecer nuevas ideas y recetas.”



“Es evidente que Veganuary ha consultado a expertos para diseñar sus recursos.”

VEGANUARY ALREDEDOR DEL MUNDO

Veganuary es ahora un verdadero fenómeno global. Cada año nuestros capítulos internacionales en EE.UU., Reino Unido, India, Chile, Argentina, Brasil y Alemania se hacen más fuertes y atraen a más gente para que se una y pruebe el veganismo, impulsan una mayor concienciación y repercusión mediática en torno a la alimentación basada en plantas, e involucran a más empresas para que la alimentación basada en plantas sea más visible, disponible y omnipresente.

Estamos enormemente agradecidos de nuestras maravillosas organizaciones colaboradoras en estos países -Animal Libre en Chile y Argentina; Ahimsa Trust en la India; Greenpeace y The Vegan Society en el Reino Unido; The Humane League en el Reino Unido y EE.UU.; y ProVeg y la Fundación Albert Schweitzer en Alemania- por trabajar juntos en colaboración para impulsar este progreso y garantizar el crecimiento de la campaña.



 Nuestros países
 Países colaboradores

VEGANUARY ALREDEDOR DEL MUNDO

También se han organizado con éxito campañas dedicadas a Veganuary en otros siete países de todo el mundo, gestionadas y dirigidas por nuestras organizaciones colaboradoras de confianza. Gracias a sus increíbles esfuerzos, hemos podido ampliar el alcance y el impacto de la campaña a seis continentes.



ITALIA

Gracias al excelente trabajo de nuestro socio Essere Animalì, Veganuary es ahora un fenómeno bien conocido entre la población italiana. Cualquiera que sea alguien en el mundo vegano italiano tiene prácticamente garantizado que se le verá promocionando Veganuary durante el mes de enero. Essere Animalì trabaja con una larga lista de personas influyentes y creadores de contenidos para compartir deliciosas recetas y artículos de blog informativos, junto con el importantísimo enlace de inscripción. Este año, más de 40 marcas italianas, minoristas y tiendas de alimentación apoyaron Veganuary. El equipo también organizó un evento de divulgación en las calles de Bolonia, con disfraces de zanahoria y berenjena para llamar la atención de los transeúntes.

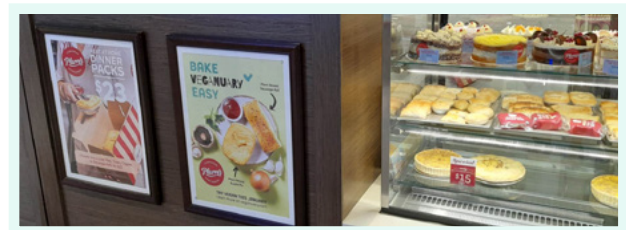


SUDÁFRICA

En Sudáfrica, nuestro socio ProVeg trabajó con docenas de empresas para apoyar el lanzamiento de nuevos productos y realizar ofertas durante todo el mes de enero. Involucraron a uno de los principales retailers de Sudáfrica, Woolworths, junto con la mayor cadena de cafeterías del país y una de las principales cadenas de comida sana en la promoción de Veganuary, asegurándose de que los participantes sudafricanos tuvieran fácilmente a su disposición opciones veganas.

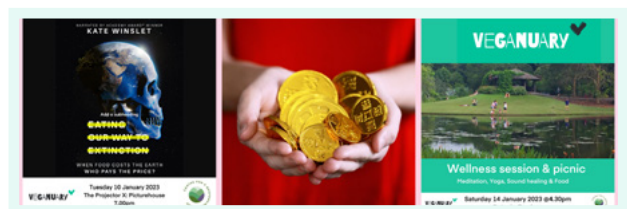
AUSTRALIA

Animals Australia trabajó duro para asegurarse de que los participantes en Veganuary tuvieran las herramientas y la información que necesitaban, adaptadas al contexto australiano. Su sitio web, VegKit, centrado en la alimentación, ofrece un kit vegano para principiantes, además de consejos y recetas que complementan nuestra serie oficial de 31 días por correo electrónico. Las empresas australianas se sumaron al revuelo de Veganuary en las redes sociales, como VEats, que también proporcionó una guía completa de Veganuary. En Victoria, Veganuary estuvo presente en las 87 tiendas de Ferguson Plarre Bakehouses, con carteles y pantallas digitales.



SINGAPUR

El Centro para un Futuro Responsable (CRF), nuestro socio en Singapur, ha registrado este año un número récord de restaurantes que promueven el veganismo. El proveedor de huevos de origen vegetal OnlyEg animó a todos sus clientes de restaurantes y hoteles a participar, creando wobblers para colocar en sus mesas con el código QR para inscribirse. CRF organizó eventos de bienestar y proyección de películas con ofertas gratuitas de comida vegana para apoyar a la comunidad Veganuary de Singapur.



VEGANUARY ALREDEDOR DEL MUNDO

SUIZA

Nuestra organización asociada Vegane Gesellschaft Schweiz llevó a cabo una exitosa campaña publicitaria con carteles en diez de las estaciones de tren más frecuentadas de Suiza, carteles colgantes en autobuses y tranvías de cuatro grandes ciudades suizas y una amplia campaña digital en las redes sociales. Los medios de comunicación prestaron gran atención a las activaciones de la campaña y publicaron más de 80 artículos en Suiza. Se lanzaron más de 120 nuevos productos veganos gracias a los elementos de compromiso corporativo de la campaña de Vegane Gesellschaft Schweiz. Coop y Migros, los dos mayores retailers de Suiza, publicaron una revista Veganuary y un folleto Veganuary, respectivamente, que incluyeron en sus respectivos periódicos semanales, llegando a 2,5 millones y 1,7 millones de hogares de todo el país.

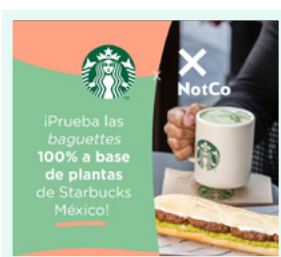


MÉXICO

Este año estamos encantados de aumentar el alcance internacional de Veganuary con una nueva asociación con EligeVeg en México. EligeVeg, un proyecto de Mercy for Animals, apoya tanto a individuos como a marcas de alimentos para hacer que los alimentos basados en plantas sean accesibles e inclusivos para los consumidores. Gracias a sus esfuerzos, muchas personas en México pudieron acceder fácilmente a herramientas, recursos y productos atractivos para ayudarles a probar el veganismo. Starbucks México unió fuerzas con NotCo para lanzar dos baguettes a base de plantas y muchas marcas mexicanas de alto perfil lanzaron ofertas especiales, incluyendo Miga Vegana, Mr. Tofu, Plant Squad y Gúd.

FRANCIA

Nuestra organización asociada, L214, ha llevado Veganuary a Francia por tercer año consecutivo, ¡con un éxito extraordinario! Más de 130 empresas participaron en Veganuary en Francia, con nombres tan conocidos como Starbucks, Deliveroo, Paul y Carrefour, así como una gran variedad de cadenas de restaurantes francesas y marcas locales. Veganuary también se promocionó entre el público francés con una campaña en el metro de París con cinco personalidades francesas, y a través de anuncios en los conocidos periódicos Libération y el popular Télé Loisirs. Se publicaron más de 120 artículos en los medios de comunicación sobre el desafío. Una divertida campaña en las calles de las principales ciudades francesas también invitó a la gente a explorar Veganuary.



Muchas gracias a todas nuestras maravillosas organizaciones colaboradoras por hacer que el movimiento Veganuary sea verdaderamente internacional y por impulsar un progreso increíble para los animales.

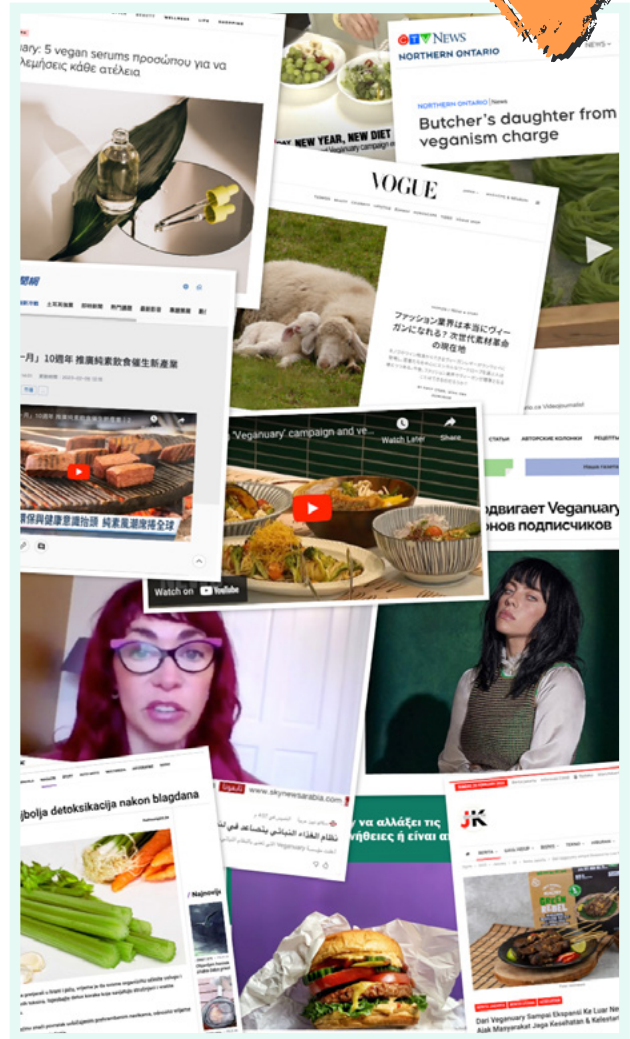
VEGANUARY ALREDEDOR DEL MUNDO



Este año, el mensaje de Veganuary se ha extendido por todo el mundo. La campaña se propagó viralmente desde nuestros países clave y se expandió hasta tener una presencia y visibilidad abrumadoras incluso en países en los que ni nuestra organización ni nuestros socios llevaban a cabo campañas específicas.

Hemos contabilizado más de 900 noticias en los medios de comunicación que hacen referencia al crecimiento del movimiento en todo el mundo. Algunos de los más destacados son:

- Una noticia de la prensa canadiense que fue recogida por más de 30 medios de comunicación de todo Canadá, incluido el periódico nacional Globe and Mail, y que dio lugar a un reportaje televisivo en el que aparecían nuestros fundadores, Jane y Matthew, así como nuestra Directora Internacional de Comunicación, que es canadiense.
- Reportajes de televisión en Corea del Sur, Taiwán y Sky Arabia.
- Reportajes de prensa en China, Japón, Indonesia, Ghana, Bosnia y Rusia; decenas en Polonia, República Checa, Hungría y Lituania; y más de 50 en Grecia.



Estimado lector,

Muchas gracias por apoyar Veganuary y ayudar a hacer posible todo este progreso. Si desea hacer una donación a Veganuary, visite www.veganuary.com/es/donar

Nos inspira ver cómo el mundo ha acogido Veganuary hasta ahora, ¡y el futuro parece aún más brillante! Si desea más información sobre nuestros planes de expansión para 2024 y años sucesivos, consulte nuestra [Estrategia para los próximos 5 años](#).

**JUNTOS, ESTAMOS CREANDO
UN MUNDO MÁS AMABLE PARA
LOS HUMANOS Y LOS ANIMALES.
¡MUCHAS GRACIAS!**

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

Veganuary PO Box 771
York, YO1 0LJ
Reino Unido

infoes@veganuary.com