

# VEGANUARY 2025

## INFORME FINAL DE CAMPAÑA

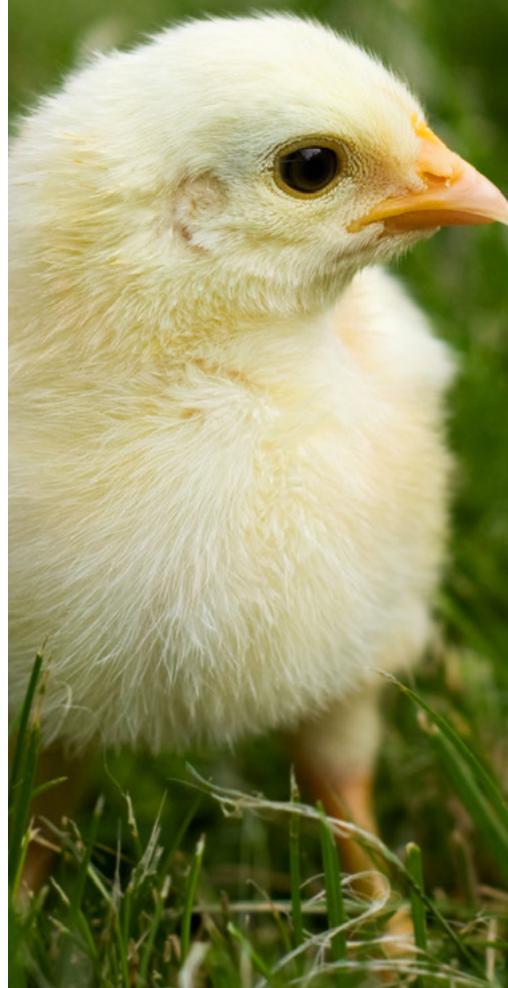


VEGANUARY



# CONTENIDO

<b>Índice</b>	<b>01</b>
<b>La Campaña 2025 en cifras</b>	<b>02</b>
<b>Quiénes somos y cómo marcamos la diferencia</b>	<b>04</b>
<b>Veganuary en EE. UU.</b>	<b>05</b>
Un lanzamiento estelar	<b>05</b>
Veganuary por todo el país	<b>06</b>
Cientos de empresas destacan opciones veganas por Veganuary	<b>07</b>
<b>Veganuary en Reino Unido</b>	<b>08</b>
Famosos Foodies se Suman a Veganuary	<b>08</b>
Veganuary 2025 impulsa cientos de nuevos lanzamientos veganos en el Reino Unido	<b>09</b>
Grandes empresas se unen al Reto en el Trabajo por primera vez	<b>10</b>
<b>Veganuary en Alemania</b>	<b>11</b>
Celebridades alemanas apoyan la campaña "¿Raro?" de Veganuary	<b>11</b>
¡Veganuary se convierte en un acontecimiento ineludible en Alemania!	<b>12</b>
Las empresas alemanas se vuelcan como nunca con Veganuary	<b>13</b>
<b>Veganuary en Latinoamérica</b>	<b>14</b>
Veganuary es tendencia en Latinoamérica!	<b>14</b>
Los principales medios de la región destacan Veganuary	<b>15</b>
Cientos de promociones en productos veganos este enero	<b>16</b>
<b>Veganuary en España</b>	<b>17</b>
Veganuary España gana impulso en su segundo año	<b>17</b>
Celebridades españolas apoyan Veganuary	<b>18</b>
Las empresas españolas se unen a la celebración	<b>19</b>
<b>Veganuary en India</b>	<b>20</b>
Los grandes medios de India se hacen eco de Veganuary	<b>20</b>
Empresas líderes participan en la Campaña	<b>21</b>
El Festival Veganuary	<b>22</b>
<b>Veganuary en el Mundo</b>	<b>23</b>
Impulsando el crecimiento global	<b>23</b>
Evolucionando para ampliar el impacto	<b>24</b>
Campañas en Colaboración	<b>25</b>
Casos destacados de alianzas	<b>28</b>
<b>La expansión del movimiento</b>	<b>29</b>



# ÍNDICE

## Queridos amigos y colaboradores,

Este año, una vez más, el movimiento **Veganuary** ha inspirado a más de **25 millones de personas en todo el mundo** a adoptar una alimentación más compasiva. A pesar de los desafíos y presiones económicas que marcaron el año, el movimiento continuó expandiéndose y consolidándose. **Por primera vez, se han lanzado campañas activas en 20 países**, un hito que evidencia la creciente demanda por una alimentación vegetal y nuestro esfuerzo colectivo por hacer que los alimentos veganos sean más accesibles, atractivos y populares.

A través del lema de nuestra campaña de este año, **"La comida no tiene que ser rara"**, desafiamos las normas cotidianas en los hábitos alimenticios y animamos a las personas a replantearse qué es realmente "normal" cuando se trata de alimentación. Después de todo, ¿no resulta peculiar que los adultos consuman la leche de otra especie? ¿O que nos encariñemos con algunos animales como compañeros mientras consumimos a otros sin cuestionarlo? Al cambiar la perspectiva, ayudamos a las personas a comprender que una alimentación vegetal no solo es deliciosa y sostenible, sino también una opción lógica y sensata. La gran participación y el impacto generado en conversaciones a nivel global reflejan que este mensaje resonó profundamente.

La campaña de **2025** también contó con la participación de nuevas celebridades que se sumaron a nuestra misión. Entre ellas, el actor **Woody Harrelson** junto con su esposa **Laura**, el comediante **Preacher Lawson** en Estados Unidos, así como **Bethany Antonia** (protagonista de House of the Dragon), **Nicola Roberts** (Girls Aloud) y **Victoria Ekanoye** (Coronation Street) en el Reino Unido. Su influencia amplificó nuestro mensaje, motivando a millones de personas a probar la alimentación vegetal.

A lo largo del año, mantenemos una estrecha colaboración con **supermercados, restaurantes, cafeterías, universidades y otras instituciones**, fomentando el incremento de opciones vegetales y animando a su personal y clientes a participar en el reto. Nuestro objetivo es hacer que la alimentación vegana sea lo más accesible y común posible durante el mes de enero, garantizando una amplia variedad de opciones deliciosas para quienes decidan sumarse.

Este año, cientos de empresas en cada una de nuestras regiones clave se unieron a la campaña. Entre los hitos destacados, Aldi UK presentó su mayor gama de productos veganos hasta la fecha para Veganuary, y nuestro patrocinador en el Reino Unido, THIS!, lanzó su oferta en 19 restaurantes IKEA del país. En Estados Unidos, Ike's Love & Sandwiches introdujo un nuevo sándwich, The Veganuary, en sus más de 100 locales. En Alemania, más de 1,000 empresas participaron, incluyendo Burger King, IKEA y el sistema ferroviario

nacional. En América Latina, más de 150 compañías se sumaron, mientras que en España fueron más de 100, con nuevos lanzamientos de productos y menús veganos, además de cientos de promociones especiales en alimentos de origen vegetal. En India, también se lanzaron nuevas opciones de menú, entre ellas una de la reconocida cadena de restaurantes SOCIAL, mientras que grandes distribuidores como Amazon Fresh, Nature's Basket y Big Basket promocionaron sus opciones veganas a través de boletines para suscriptores durante Veganuary.

Además, nuevos datos publicados en enero en Alemania confirmaron el impacto tangible de Veganuary en el comportamiento del consumidor. En nuestras dos campañas más recientes, las ventas de carne disminuyeron un 12.5 % en enero de 2024 y un 14.3 % en enero de 2023 en comparación con el promedio anual de los años anteriores, lo que demuestra que Veganuary no solo genera conciencia, sino que también modifica hábitos de compra y fomenta un cambio duradero.

Si bien celebro este extraordinario progreso, este momento es agri dulce para mí en lo personal, ya que marca mi última campaña de Veganuary dentro de la organización. Tras seis años liderando esta iniciativa y ayudando a transformarla de un movimiento centrado en el Reino Unido a un fenómeno global activo en 20 países, he decidido dar un paso al lado y ceder el liderazgo a una nueva persona. Me complace enormemente anunciar que nuestra Junta Directiva ha designado a Wendy Matthews como la nueva CEO de Veganuary a partir del 15 de marzo. Haber trabajado junto a Wendy en nuestro equipo durante más de cinco años me permite dejar la organización con plena confianza en que, bajo su dirección, este movimiento seguirá creciendo e inspirando a cada vez más personas en todo el mundo.

**A nuestros donantes, seguidores, patrocinadores y aliados: sois la fuerza impulsora detrás de este movimiento, y nada de esto sería posible sin vuestro apoyo. Gracias por creer en nuestra misión compartida y por vuestro continuo respaldo. Veganuary siempre ha sido fruto de un esfuerzo colectivo y, juntos, estamos construyendo un mundo más justo, compasivo y sostenible.**



Con gratitud,

**Ria Rehberg**  
**CEO, VEGANUARY**

# LA CAMPAÑA 2025 EN NÚMEROS



**12.286**

noticias en medios de comunicación sobre Veganuary a nivel global



**25,8 MILLONES**

de personas en todo el mundo probaron una alimentación vegana durante enero de 2025 (según encuestas de participación encargadas en nuestros países clave y datos poblacionales de esas regiones)

**228**

**ORGANIZACIONES**

participaron en el Workplace Challenge a nivel global



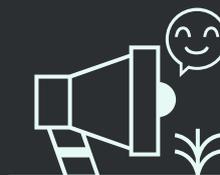
**12,8 MILLONES DE BOLETINES**

de acompañamiento enviados



**1,35 MILLONES**

de seguidores en las redes sociales



**MÁS DE 1.480**

nuevos productos y opciones de menú se lanzaron por Veganuary 2025 en todo el mundo



# QUIÉNES SOMOS Y CÓMO MARCAMOS LA DIFERENCIA

**Veganuary es una organización sin ánimo de lucro que anima a las personas de todo el mundo a probar una alimentación vegana durante enero y más allá. A través de la campaña Veganuary, estamos impulsando un cambio global hacia dietas vegetales y derribando las barreras que enfrentan las personas al adoptar una alimentación vegana.**

Desde su lanzamiento en 2014, hemos inspirado y apoyado a millones de personas a probar el veganismo, y hemos visto participantes de casi todos los países del mundo.

Al inspirar a las personas a probar el veganismo y trabajar con miles de empresas para ampliar sus opciones veganas, Veganuary ayuda a hacer que los alimentos de origen vegetal sean más populares, atractivos y accesibles. Con una fuerte presencia en los medios nacionales e internacionales y un enorme seguimiento en redes sociales, amplificamos la visibilidad de las opciones veganas cada enero —algo que llamamos el “efecto Veganuary”. Esta creciente visibilidad conduce a un cambio duradero en la dieta, lo que salva vidas animales, protege el planeta y mejora la salud humana.

## NUESTRA VISIÓN

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

## NUESTRA MISIÓN

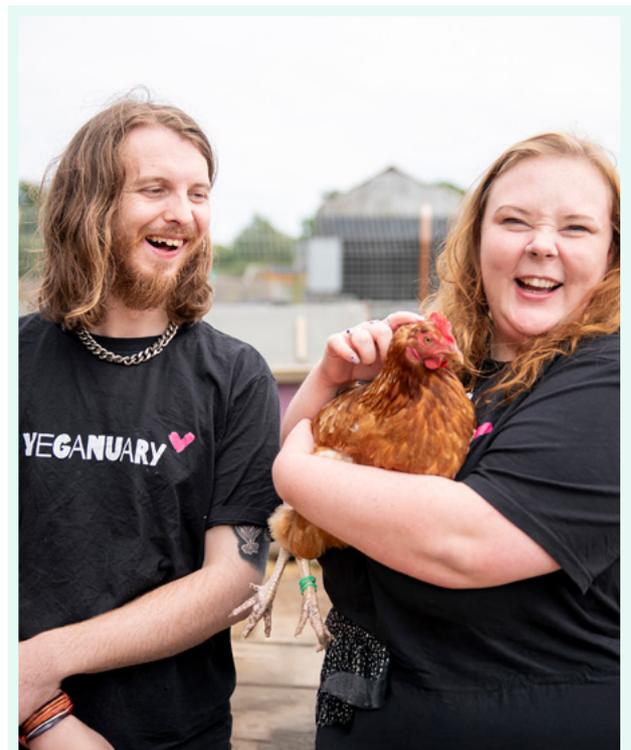
Nuestra misión es inspirar y apoyar a las personas a probar una alimentación vegana, impulsar el cambio corporativo y crear un movimiento global masivo que promueva elecciones alimentarias compasivas, con el objetivo de terminar con la ganadería industrial, proteger el planeta y mejorar la salud humana.

## POR QUÉ EXISTIMOS

Miles de millones de animales sintientes sufren enormemente en nuestro sistema actual de ganadería industrial, que es una de las principales causas del cambio climático, la deforestación, la pérdida de especies y la contaminación. La ganadería a gran escala también aumenta el riesgo de futuras pandemias, y la resistencia a los antibióticos es una amenaza significativa para la salud pública.

La investigación muestra que una dieta basada en alimentos vegetales puede reducir el riesgo de desarrollar enfermedades cardíacas, diabetes tipo 2, obesidad y algunos tipos de cáncer, mientras que las dietas altas en productos animales están relacionadas con una serie de problemas de salud.

La forma en que producimos alimentos es insostenible, ineficiente y no puede nutrir a una población en crecimiento. Por eso abogamos por un cambio hacia alternativas más basadas en plantas y, en última instancia, por un mundo vegano. A través de la campaña Veganuary, seguiremos demostrando al mundo que lo vegetal es el futuro. Actualmente tenemos campañas oficiales de Veganuary en 20 países, ¡y no pensamos parar!



# VEGANUARY EN ESTADOS UNIDOS

## UN LANZAMIENTO ESTELAR

Veganuary 2025 brilló en su lanzamiento cuando la ciudad de West Hollywood, California, anunció un programa municipal de Veganuary, llegando a empleados, residentes y comercios. El alcalde Byers incluso emitió una proclamación oficial de Veganuary.

Numerosas nuevas celebridades y atletas de EE. UU. se unieron dando su apoyo a Veganuary, como el actor Woody Harrelson y su esposa Laura, el comediante Preacher Lawson, la luchadora del Salón de la Fama de la WWE Amy Dumas, y el autor y presentador del podcast 10% Happier, Dan Harris. Incluso Pamela Anderson contribuyó con una receta de su nuevo libro a la vasta biblioteca de recetas de Veganuary. Nuestros seguidores, Maggie Baird y Richa Moorjani, participaron en la tercera temporada del podcast de Veganuary.



La ciudad de West Hollywood, California, proclamó el mes de Veganuary.

### NUEVOS APOYOS DE CELEBRIDADES EN EE. UU.



Woody y Laura Harrelson donaron una receta para el Recetario de las Celebridades de Veganuary.



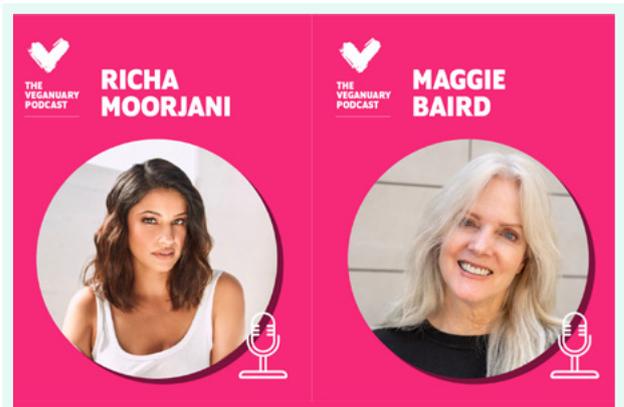
Amy Dumas



Dan Harris



“Nunca pensé que comer animales era raro hasta que tuve un animal”, dijo Preacher Lawson.



Richa Moorjani y Maggie Baird participaron como invitadas en el podcast de Veganuary

## VEGANUARY EN ESTADOS UNIDOS

# VEGANUARY POR TODO EL PAÍS



La directora en Estados Unidos, Sandra Hungate, fue entrevistada en Fox5 en Washington, DC.



El alcalde de Durham, Carolina del Norte, Leonardo Williams, animó a los residentes y a las escuelas a participar en Veganuary.

Veganuary se celebró en cada rincón de EE. UU., con cobertura en televisión y medios desde Nueva York y Alabama hasta California y Hawaii.

El impacto de la campaña fue evidente en todo el país, con un aumento de eventos para celebrar Veganuary en restaurantes, santuarios, mercados, y más.

En Instagram, nuestros videos sobre lo "raro" de la ganadería industrial fueron increíblemente populares. Uno de los videos, que mostraba a un ternero siendo separado de su madre, recibió más de **808.000 visualizaciones**.

Grandes marcas como **Amazon Fresh, Ben & Jerry's, Vitacost, Hellmann's, Field Roast y Lightlife** mencionaron a Veganuary en sus publicaciones de Instagram.

Más municipios y empresas de sectores como los medios de comunicación, la educación o la energía solar participaron por primera vez en el Veganuary Workplace Challenge, estableciendo un nuevo récord de **40 empleadores** involucrados.

Además, estudiantes de **UCLA, Cornell, NYU y UC Berkeley** celebraron Veganuary. La Humane Society of the United States organizó su segundo programa de Veganuary, capacitando a chefs de **17 escuelas e instituciones** para cocinar a base de plantas en colaboración con **nueve marcas de alimentos**.



La revista Reader's Digest en su sección The Health publicó un artículo sobre Veganuary.



La cadena &pizza regaló camisetas de Veganuary en su fiesta de celebración en Washington, D.C.

**1.300+**  
**MENCIONES**  
**EN PRENSA**

**32+**  
**APARICIONES**  
**EN TV**



Estas marcas donaron productos para la iniciativa escolar de HSUS/ Veganuary.

### SOPHIA DELUZ, DIRECTORA DE AGENCY SUCCESS EN LINKGRAPH

*"Uno de nuestros valores fundamentales en Linkgraph es la bondad, y no hay mejor manera de ejemplificarlo que aceptando el reto anual de Veganuary junto a nuestro equipo. [...] Estamos comprometidos con Veganuary y donaremos \$50 a la causa por cada participante de nuestra empresa este año."*

**40**  
**EMPRESAS**  
**ESTADOUNIDENSES**  
**PARTICIPARON**  
**EN EL RETO EN**  
**EL TRABAJO DE**  
**VEGANUARY**

## VEGANUARY EN ESTADOS UNIDOS

# CIENTOS DE EMPRESAS DESTACARON SUS PRODUCTOS VEGANOS POR VEGANUARY

Marcas, restaurantes y comercios de todo EE. UU. promovieron y lanzaron productos vegetales por Veganuary 2025.

Más cadenas de restaurantes que nunca participaron este año, con un récord de más de 50 restaurantes solo en Nueva York. Además, muchas marcas realizaron sorteos especiales de Veganuary en redes sociales.

Aquí algunos de los nombres que realmente destacaron este enero.

UN **39%** MÁS DE CADENAS DE RESTAURANTES PARTICIPARON EN VEGANUARY 2025

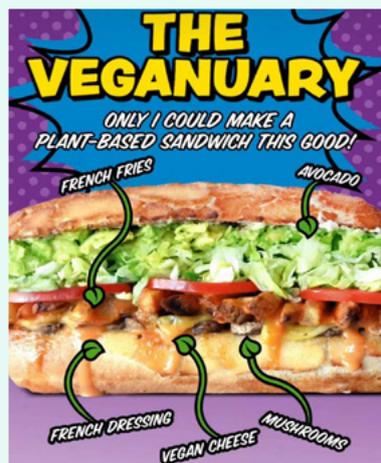
MÁS DE **1.000** RESTAURANTES CELEBRARON VEGANUARY

MÁS DE **50%** RESTAURANTES PARTICIPARON SOLO EN NUEVA YORK



### CLEMENTINE'S CREAMERY

La cadena de St. Louis, MO, hizo que su menú fuera un 50% vegano para Veganuary.



### IKE'S LOVE & SANDWICHES

La cadena lanzó un nuevo sándwich, 'The Veganuary', en sus más de 100 ubicaciones en Estados Unidos



### GREGORY'S COFFEE

La cadena nacional de café lanzó un croissant de chocolate vegano en sus más de 52 ubicaciones.



### THE KRAFT HEINZ NOT COMPANY

NotCo US llevó a cabo una campaña especial de Veganuary durante el NotQuit Day.

### IVAR'S

La cadena de restaurantes de mariscos de Seattle lanzó un menú especial para Veganuary, y su éxito llevó a la incorporación permanente en sus establecimientos de full-service.



## VEGANUARY EN REINO UNIDO

# LOS FOODIES MÁS FAMOSOS SE UNEN A VEGANUARY

### ¡Veganuary 2025 tuvo más apoyo que nunca de los foodies más conocidos!

Bethany Antonia, estrella de House of the Dragon; Nicola Roberts de Girls Aloud; Victoria Ekanoye de Coronation Street; y el chef Hugh Fearnley-Whittingstall donaron sus recetas veganas favoritas para inspirar a los participantes. Los chefs de televisión Ainsley Harriott y Kwoklyn Wan; el chef con estrella Michelin Alexis Gauthier; el autor de libros de cocina Giuseppe Federici; y Freya Cox, la primera concursante vegana de Great British Bake Off, compartieron consejos exclusivos para sustituir ingredientes y convertir cualquier receta en una obra maestra a base de plantas.

Nuestra campaña siguió generando titulares en la prensa de todo el Reino Unido, con más de **2.290 menciones en los medios** que mencionaron a Veganuary este año, incluyendo artículos en The Guardian y The Observer, BBC News, The Telegraph, The Independent y The Express. La prensa especializada en alimentos nos cubrió ampliamente, con más de **360 reportajes**, incluidos varios artículos destacados en The Grocer. Además, los oyentes de radio no pudieron ignorarnos este enero, ya que Veganuary fue mencionado más de **420 veces**, incluyendo en BBC Radio 5 Live, BBC Radio 4's You and Yours y cientos de emisoras regionales.



La campeona olímpica de remo Imogen Grant instó a las personas a seguir sus pasos y probar Veganuary. "Comer vegano o reducir el consumo de carne y lácteos es el mayor impacto personal que podemos tener en nuestras emisiones. Yo fui vegana durante 18 meses antes de los Juegos Olímpicos de París y batí mis récords personales en la máquina de remo y en el gimnasio. Veganuary es una excelente manera de comenzar, ¡así fue como yo lo hice!"



Como parte de nuestra campaña "¿Raro?"; producimos tres videos mostrando la curiosidad natural y la honestidad de los niños para desafiar las normas alimenticias y presentar la comida vegana como una opción lógica y menos "rara". Con más de **1.65 millones de visualizaciones**, estos videos humorísticos y provocativos invitaron a los espectadores a replantearse qué es "normal" y qué es "raro".



Nuestro provocador anuncio de campaña que revelaba la "rara" realidad de las salchichas hizo que los espectadores de ITVX se detuvieran a reflexionar durante esta temporada navideña. Los nuevos anuncios en formato "pause", que aparecen en la pantalla cuando el espectador presiona pausa, se transmitieron en los programas más populares desde el día deel Boxing Day hasta el 1 de enero, con más de **66.000 visualizaciones**.



La investigación de la Universidad de Exeter que demuestra que participar en Veganuary puede llevar a un "disgusto por la carne" a largo plazo recibió una amplia cobertura mediática, incluyendo The Observer (en línea y en print), BBC News, Daily Record, Women's Health magazine, The Conversation, Wired, Yahoo News, así como medios de noticias regionales y emisoras de radio.



En un emotivo mensaje de Año Nuevo, el embajador de Veganuary, Chris Packham, lanzó una invitación personal al presentador de televisión Jeremy Clarkson, quien recientemente sufrió un ataque al corazón, para que participara en Veganuary por su salud. Chris incluso ofreció ayudar personalmente a Jeremy.

## VEGANUARY EN REINO UNIDO

# CIENTOS DE NUEVOS LANZAMIENTOS VEGANOS EN TODO EL REINO UNIDO POR VEGANUARY

En todo el Reino Unido, marcas, restaurantes y comercios se unieron Veganuary 2025 con una impresionante ola de innovación.

Se introdujeron más de 300 nuevos platos en los menús y más de 150 nuevos productos, brindando a los consumidores más opciones para enero y más allá. Además, se lanzaron más de 200 ofertas especiales de Veganuary tanto en marcas pequeñas como grandes, así como en restaurantes.



El patrocinador de Veganuary UK, **THIS™**, anunció el lanzamiento de sus premiadas **salchichas THIS™ Isn't Pork** en 19 restaurantes IKEA en el Reino Unido.

### MARK CUDDIGAN, CEO AT THIS™

*"Estamos encantados de asociarnos con IKEA para llevar nuestras salchichas aún a más personas: dos marcas con propósito trabajando juntas para ofrecer comida deliciosa..."*



Lidl añadió **28 nuevos productos asequibles** a su amplia gama de productos vegetales en sus tiendas a nivel nacional.



Aldi presentó su **gama más grande de productos veganos** hasta la fecha para Veganuary 2025. Julie Ashfield, Directora General de Compras en Aldi UK, comentó: "Nos ha encantado ver la entusiasta respuesta de los compradores a nuestra gama de Veganuary y planeamos llevar más productos fantásticos a nuestras tiendas en el futuro."



El nuevo sabor **Bohemian Raspberry Non-Dairy** de **Ben & Jerry's** llegó a los congeladores de todo el Reino Unido.



Lo ames o lo odies, **Papa John's** y **La Vie** se unieron para lanzar su primera **Hawaiian Vegan Pizza**.



**GALAXY®** amplió su gama de chocolate vegano con la barra **Dairy Free Hazelnut Praliné**, que se lanzó en las tiendas **Sainsbury's** y **Asda** a nivel nacional. "Kerry Cavanaugh, directora general de Mars Chocolate, Drinks & Treats, dijo: "(...) Este exitoso lanzamiento destaca la fuerte demanda de los consumidores por más opciones sabrosas en la categoría de chocolate sin lácteos."



**Beyond Meat®** se asoció con **Tortilla** este Veganuary para una oferta especial por tiempo limitado: el **Beyond Steak® Chimichurri Burrito**. ¡Fue tan popular que se agotó en un abrir y cerrar de ojos!



**Wetherspoon** mostró nuevamente su apoyo con una oferta especial en su ramen. La popular cadena también amplificó el mensaje con carteles de Veganuary en sus restaurantes a nivel nacional.

## VEGANUARY EN REINO UNIDO

# ¡GRANDES NOMBRES SE UNIERON AL WORKPLACE CHALLENGE POR PRIMERA VEZ!

Una vez más, vimos una excelente participación en el Workplace Challenge, con muchas empresas y organizaciones del Reino Unido animando a su personal a probar el veganismo este enero. Un gran número de nombres destacados se unieron, muchos por primera vez, incluyendo universidades, ayuntamientos, organizaciones del NHS y empresas de renombre.



Por quinto año consecutivo, **Just Eat Takeaway.com** apoyó **Veganuary** como parte de su estrategia para aumentar la disponibilidad de opciones de alimentos saludables y sostenibles para su personal. Con más opciones vegetales y una participación activa en oficinas internacionales, ¡el feedback fue abrumadoramente positivo!



El equipo de **Harvey Nichols** se desafió a sí mismo con una competición por **Veganuary** por primera vez este año, ofreciendo un premio al final. Los participantes recibieron apoyo para sustituir ingredientes y disfrutaron de deliciosos bocadillos veganos en la oficina durante todo el mes.



El equipo diseñó un boletín semanal lleno de consejos e inspiración vegetal. Con cuatro ediciones, el equipo demostró un gran compromiso y obtuvo valiosos conocimientos para seguir educando al personal sobre la vida basada en plantas.



La **Universidad de Exeter** se sumó completamente a **Veganuary 2025**, generando revuelo con una amplia cobertura mediática y un evento 'Vegan Voyage' para promover el interés por las opciones veganas. Los estudiantes recibieron ofertas especiales y tarjetas de fidelidad por elegir opciones veganas en los campus.



University Hospitals Dorset Trust se activó para promover los beneficios de las dietas basadas en plantas para la salud humana y del planeta, involucrando a las personas en el **Royal Bournemouth Hospital** y el **Poole General Hospital** a través de dos mesas informativas en el lugar.



El **Museo de Historia Natural** participó por primera vez, y el reto fue promovido entre el personal a través del canal **Green Champions Teams**, que incluyó una divertida sesión de degustación de chocolates, un **Veganuary Tea & Quiz**, y un almuerzo en equipo en un restaurante vegano. También se ofrecieron alternativas de leche vegetal gratuitas y una mayor variedad de opciones veganas en sus cafeterías públicas.



Compromiso del equipo en la conocida marca de queso **Philadelphia**.

### BANSI MEHTA, GERENTE DE MARCA JUNIOR EN PHILADELPHIA

*"En Philadelphia y Mondelēz International estamos encantados de unirnos al **Veganuary Workplace Challenge** por primera vez. Al alentar a nuestros empleados a explorar opciones a base de plantas, buscamos fomentar una cultura de bienestar y sostenibilidad dentro de nuestra organización."*

## VEGANUARY EN ALEMANIA

# CELEBRIDADES ALEMANAS RESPALDAN LA CAMPAÑA ‘¿RARO?’ DE VEGANUARY

Veganuary 2025 comenzó en Alemania con un video de lanzamiento protagonizado por populares celebridades alemanas respondiendo a la pregunta: “¿Qué tiene de raro nuestro sistema alimentario?”

El video contó con la participación de los cómicos **Atze Schröder** y **Maria Clara Groppler**; las estrellas de televisión y cine **Hannes Jaenicke**, **Steve Windolf**, **Helge Mark Lodder** y **Moritz Bäckerling**; la autora de bestsellers **Carina Wohleben**; la bailarina y profesional del fitness **Stefanie Mejuh**; y el creador de contenido y poeta **Kantom Azad**.

La estrella del pop **Kerstin Ott** también se unió como nueva embajadora de Veganuary este año, al igual que el científico de Oxford alemán **Dr. Marco Springmann**.



### CELEBRIDADES ALEMANAS COMPARTEN SUS RECETAS RARAS Y MARAVILLOSAS

¡Pero eso no es todo! Las celebridades alemanas compartieron sus recetas raras y maravillosas en redes sociales para mostrar que nuestras elecciones alimentarias no tienen por qué ser raras. ¿Por qué no probar el filete de col roja del futbolista y embajador de **Veganuary**, **Timo Hildebrand**, o usar hojas de col rizada como pan para hamburguesas? El embajador de **Veganuary**, **Ünsal Arik**, reveló cómo hacerlo y compartió por qué esto es menos “raro” que comer animales.

### VEGANUARY EN VALLAS PUBLICITARIAS DE CIUDADES ALEMANAS

Nuestro tema ‘¿Raro?’ apareció en grandes vallas publicitarias en las calles de las principales ciudades alemanas durante la víspera de Año Nuevo y durante Veganuary, sorprendiendo a los transeúntes en Berlín, Colonia, Fráncfort y Hamburgo. Estas vallas captaron la atención de los peatones, invitándolos a reflexionar sobre sus elecciones alimentarias y a cuestionar lo que consideramos “raro” en nuestra dieta diaria.



## VEGANUARY EN ALEMANIA

# ¡VEGANUARY ES INELUDIBLE EN ALEMANIA!

**Veganuary apareció más de 4.300 veces en los medios de Alemania este año. Grandes reportajes en prensa, online, en televisión, así como en emisoras de radio en todo el país.**

Veganuary también fue el tema central de varios podcasts, que discutieron la "rareza" de nuestros hábitos alimenticios y profundizaron en el impacto del compromiso corporativo de Veganuary.



El mayor periódico de Alemania, **BILD**, informó sobre Veganuary en varias ocasiones, incluso hizo predicciones sobre lo que sucedería si todos adoptáramos una dieta vegana.



El canal de televisión **RTL** nos entrevistó mientras cocinábamos un menú vegano de cuatro platos en **The Lobby** en Bremen.

Home > Ratgeber > Veganuary 2025: Was es mit dem veganen Neujahrsvorsatz auf sich hat

### Veganuary 2025: Was es mit dem veganen Neujahrsvorsatz auf sich hat

Autor: Benita Wintermantel | Kategorie: Essen und Trinken | 28.12.2024

El medio **Ökotest** etiquetó a Veganuary como un buen propósito de Año Nuevo que beneficia a los **animales**, el **clima** y nuestra **salud**.



El canal **SWR** informó sobre Veganuary en el comedor de la **Universidad Técnica de Kaiserslautern**, incluyendo una entrevista sobre Veganuary.



El viaje vegano del colaborador de Veganuary Atze Schröder fue destacado en medios como **Hamburger Morgenpost** y **Stern**.

## LA REDUCCIÓN DEL 12,5% EN LAS VENTAS DE CARNE ACAPARÓ LOS TITULARES EN ALEMANIA ESTE VEGANUARY

¡Esta noticia estuvo en todas partes! Según la **Oficina Federal de Estadística de Alemania (Destatis)**, las **ventas de carne** en enero de 2024 fueron **un 12.5% más bajas** en comparación con el promedio anual de 2023. Esta disminución se basó en los datos de escaneo de los minoristas de alimentos en Alemania, y la oficina federal vinculó este descenso directamente al impacto de Veganuary.

Veganuary und Dry January

### Im Januar werden viel weniger Fleisch und Alkohol verkauft

Viele Menschen wollen im ersten Monat des Jahres gesünder und nachhaltiger leben als sonst. Das macht sich wirtschaftlich bemerkbar.

16.1.2025, 15:04 Uhr

SPIEGEL Wirtschaft

Menü < > Verbraucher & Service > DAK > Dry January und Veganuary: Absatz von Alkohol und Fleisch geht zu Jahresende

Weniger Alkohol, Fleisch und Süßes

### Handel bekommt gute Vorsätze zu spüren

Viele Deutsche machen offenbar Ernst mit einem Dry January oder Veganuary. Im Januar kaufen sie deutlich weniger Alkohol, Fleisch und Süßigkeiten und sind dabei noch zurückhaltender als in früheren Jahren.

El medio **SPIEGEL** publicó un artículo titulado 'Los comercios se benefician de los buenos propósitos; en referencia a la disminución en las ventas de carne durante Veganuary, como lo reconoció la Oficina Federal de Estadísticas de Alemania.

## VEGANUARY EN ALEMANIA

# LAS EMPRESAS ALEMANAS SE UNEN A VEGANUARY COMO NUNCA ANTES

De nuevo, más de 1.000 empresas apoyaron Veganuary este año en Alemania. Se lanzaron más de 370 nuevos productos, mientras que más de 370 nuevas opciones de menú estuvieron disponibles en franquicias, restaurantes independientes, lugares de trabajo y comedores universitarios. El patrocinador de Veganuary, The Vegetarian Butcher, veganizó toda su gama de productos para Veganuary 2025, mientras que la importante empresa de catering Dussmann se comprometió a ofrecer el 40% de sus platos como veganos para 2030.

Todas las principales cadenas de supermercados celebraron Veganuary 2025 ampliando sus gamas veganas u ofreciendo descuentos a lo largo de enero.

Ferrero ofreció alternativas veganas de dos productos icónicos este Veganuary en Alemania: Nutella Plant-Based y Hanuta vegano.

Burger King replicó el icónico McRib de McDonald's con una opción vegana. El King Rib estuvo disponible durante todo enero como opción exclusivamente vegetal, subrayando los esfuerzos de Burger King por abrazar el movimiento Veganuary.

Deutsche Bahn, el servicio ferroviario de Alemania, lanzó nuevamente una oferta de Veganuary en sus restaurantes a bordo. Un bagel con tocino hecho de nabo fue el plato central definitivo en el menú de este año.

IKEA Alemania continuó ampliando su oferta vegana en sus restaurantes y lanzó un filete de pescado vegetal para Veganuary 2025.




Los distribuidores de alimentos, caterings y sindicatos estudiantiles alemanes se unieron a Veganuary. Aramark, Dussmann, SV Group, Klüh Catering, Kruschina, L&D y Wisag, y más de 20 Studierendenwerke de universidades lanzaron nuevas opciones de menú en sus miles de restaurantes en lugares de trabajo, instituciones de salud, comedores universitarios y escuelas, alcanzando a millones de personas todos los días.




Al menos 97 empresas participaron en el Workplace Challenge, animando a sus equipos a unirse a Veganuary este año en Alemania. Entre ellas se encuentran ProSiebenSat.1, 1. FC Kaiserslautern, mkk, Naturstrom, Commerzbank, Targobank, Continental, Deloitte, Canyon Bicycles, Peter Kölln, Denkwerk, Ritter Sport, Coca-Cola, BASF, Ergo, Puma, Iglo, Dr. Oetker, Metro y Globus, así como las ciudades de Reutlingen y Múnich.

## VEGANUARY EN LATINOAMÉRICA

# ¡VEGANUARY ES TENDENCIA EN AMÉRICA LATINA!

**Veganuary amplió su presencia en América Latina con una nueva campaña en Perú, llevada a cabo por nuestra organización partner ARBA, expandiendo nuestro trabajo a más partes del continente.**

“¿Perturbador?” fue el eslogan utilizado en Latinoamérica para mostrar que los alimentos que damos por sentados en una dieta omnívora son en realidad bastante extraños. Durante diciembre y enero, este mensaje se vio en las calles de Chile, gracias a las vallas colocadas en cientos de ubicaciones en la capital.

Gracias a nuestro socio en Perú, ARBA, estos anuncios también fueron instalados en Lima. En Chile, nuestro

socio Animal Libre colocó el anuncio en uno de los periódicos más grandes de Chile, Las Últimas Noticias.

El gran evento de lanzamiento de este año consistió en una clase de cocina vegana para influencers no veganos, impartida por la chef de alimentos a vegetales Alejandra Toloza, quien deleitó a decenas de estrellas de Instagram con deliciosos alimentos y bebidas veganas. Cinco de los influencers decidieron participar en Veganuary y una de ellas, la locutora de radio Xava Sierra, apareció en un popular periódico chileno para hablar sobre su participación en el reto.

El diputado chileno Sebastián Videla también se unió a la iniciativa, al igual que Cote Foncea, batería de la renombrada banda chilena Lucybell.



**SEBASTIÁN VIDELA, DIPUTADO CHILENO** 

*“Con todo mi amor por los animales, me uno al desafío de enero vegano. Mi compromiso con su bienestar es continuo, así que, durante este mes, seguiré una dieta libre de productos de origen animal. Donde sean amados y protegidos.”*

**XAVIERA SIERRA, LOCUTORA DE RADIO** 

*“Estoy muy dispuesta a probar este desafío durante el mes de enero, al cual también los invito a probar la alimentación basada en plantas, a informarse, a darle una oportunidad, a dejar de lado la crueldad animal.”*

## VEGANUARY EN LATINOAMÉRICA

# GRANDES MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE AMÉRICA LATINA SE HACEN ECO DE VEGANUARY

**Casi 800 apariciones en los medios sobre Veganuary durante diciembre y enero en diferentes partes de América Latina.**

En Chile, lanzamos un nuevo estudio realizado por Critería que mostró que el 11% de la población no consume carne. Esto generó mucho interés en los medios, resultando en entrevistas en directo en emisoras de radio como T13, Universo y ADN.

También realizamos un estudio con HappyCow, la aplicación para encontrar comida vegana, que reveló el número de restaurantes veganos y aquellos que

ofrecen opciones basadas en plantas en América Latina. El estudio recibió una amplia cobertura en los medios de comunicación en México, Perú, Colombia, Argentina y Chile. TVN, una cadena de televisión en Chile, cubrió la historia en su programa de noticias central y abordó el crecimiento de los restaurantes veganos en el país.

Periódicos como El Mercurio y Las Últimas Noticias en Chile; El Nuevo Siglo en Colombia; y cientos de medios digitales hablaron sobre la campaña en sus plataformas, incluyendo CNN, Forbes, La Tercera y El Comercio, entre muchos otros.



# VEGANUARY EN LATINOAMÉRICA

# ¡CIENTOS DE OFERTAS EN PRODUCTOS VEGANOS ESTE ENERO!

Más de 150 empresas se unieron a Veganuary este año en América Latina, con 21 nuevos lanzamientos de productos o menús veganos, y cientos de ofertas especiales y descuentos en productos plant-based en diferentes países de la región, como Chile, México, Perú, Colombia y Argentina.

Entre ellos, Melt Pizzas, una franquicia de pizzerías chilena con 44 sucursales en todo Chile, ofreció un 20% de descuento en su alternativa vegana; PedidosYa en Chile ofreció más de 50 productos plant-based en sus plataformas con hasta un 20% de descuento para Veganuary; la cadena de café Juan Valdez también se unió y ofreció un 30% de descuento en bebidas plant-based para Veganuary en sus 18 cafeterías en todo Chile; y Liverpool, la cadena mexicana de grandes almacenes, lanzó cuatro nuevos platos plant-based en sus 97 unidades a nivel nacional.

Muchas empresas en América Latina también se unieron al Workplace Challenge. En México, Nestlé, a través de sus marcas NATURE'S HEART y Nestlé Professional, ofreció opciones basadas en plantas en sus comedores, promoviendo hábitos alimenticios más sostenibles entre sus empleados. También promovió el desafío mediante dos seminarios web educativos, proporcionando herramientas prácticas a los empleados.

## VANESSA MATURANO, GERENTE DE MARCA EN NESTLÉ PROFESSIONAL CULINARY



*“Esta iniciativa está alineada con nuestra visión empresarial hacia un futuro más sostenible, ya que nos impulsa a seguir innovando y desarrollando soluciones alimentarias que sean beneficiosas tanto para las personas como para el planeta. Estamos comprometidos a ofrecer opciones más saludables y sostenibles sin comprometer el sabor y la calidad que nuestros clientes y consumidores esperan de nosotros.”*

## LUCY GARRIDO, GERENTE ASISTENTE DE MARKETING EN MELT PIZZAS



*“La demanda de opciones veganas ha crecido significativamente en Chile, lo que nos motivó a crear esta alianza con NotCo. Con esta promoción, buscamos fomentar un consumo más consciente y saludable, apoyando al mismo tiempo la campaña Veganuary.”*



## VEGANUARY EN ESPAÑA

# VEGANUARY ESPAÑA GANA IMPULSO EN SU SEGUNDO AÑO

En su segundo año en España, Veganuary se ha consolidado como un movimiento local con un apoyo creciente por parte del público, las empresas y los medios de comunicación. Los carteles de '¿Raro?' en estaciones clave del metro de Madrid y Barcelona, captaron la atención de miles de personas y generaron conversaciones en las redes sociales.

La participación de Veganuary en un programa especial de Saldremos Mejores, uno de los podcasts más populares de España, amplió aún más su alcance, llevando la campaña a decenas de miles de oyentes a través de plataformas de audio y redes sociales. Esta exposición llevó a que muchos influencers, periodistas, actores y figuras públicas se unieran y compartieran sus experiencias con sus audiencias, y cientos de medios de comunicación informaron sobre la campaña y su impacto en el país.



Este año también marcó un hito importante en la actividad digital, ya que Veganuary España lanzó sus propios canales de redes sociales para consolidar su presencia regional. Se adaptaron decenas de recetas tradicionales españolas a versiones vegetales, se creó contenido original específicamente para la audiencia local, y las colaboraciones con cuentas influyentes ayudaron a multiplicar el mensaje. Como resultado, la cuenta de Veganuary España creció más del 300% durante la campaña, superando los 14.000 seguidores en solo unos meses.



## VEGANUARY EN ESPAÑA

# LOS FAMOSOS EN ESPAÑA APOYAN A VEGANUARY

### Este año, más figuras conocidas en España se unieron a Veganuary.

Las actrices Leticia Dolera, Carmen Navarro y Teresa Riott participaron en Veganuary, invitando a sus millones de seguidores a probar el veganismo en enero. Junto a ellas, estuvieron otros embajadores como Clara Lago, Dani Rovira, Núria Gago y Elisabeth Larena.

Más allá del sector del entretenimiento, otras personalidades públicas prestaron su voz al movimiento. La medallista de plata mundial en natación artística Emma García; la lingüista y educadora Elena Herraiz (Linguriosa); la influencer de viajes Cristina Verdú; y la creadora de contenido Azahara Luque animaron a sus audiencias a participar. Además, Dani Rovira, Núria Gago y Emma García compartieron sus recetas favoritas en el recetario de celebridades de Veganuary.



“  
TENEMOS EL PODER DE TRANSFORMAR EL MUNDO, Y MODIFICAR TU ALIMENTACIÓN PROVOCA INFINIDAD DE MEJORAS EN LA VIDA DE LOS ANIMALES. NOSOTROS PODEMOS DECIDIR, ELLOS NO.  
Teresa Riott



“  
DEJÉ DE COMER ANIMALES PORQUE NO PODÍA SOPORTAR EL SUFRIMIENTO QUE CONLLEVA. LO POCO QUE VI EN UN DOCUMENTAL SE ME CLAVÓ EN EL CORAZÓN, POR ESO QUIERO QUE MI HUELLA SEA LA DEL RESPETO, EL AMOR Y LA EMPATÍA HACIA LOS ANIMALES, ¿TE UNES?  
Carmen Navarro



“  
ANIMAL VIENE DEL LATÍN ANIMA, QUE ES LA MISMA PALABRA QUE NOS HA DADO ALMA. EL ANIMA ERA LA CAPACIDAD DE RESPIRAR, EL SOPLO DE LA VIDA. CON UNA VISIÓN PRINCIPALMENTE POÉTICA, PARA MÍ, LOS ANIMALES COMPARTEN CON LOS HUMANOS TENER ALMA, ASÍ QUE ELIJO RESPETAR SU SOPLO DE VIDA Y NO COMERLOS.  
Elena Herraiz



“  
PROBAR UNA ALIMENTACIÓN VEGETAL EN ENERO ES UN PRIMER PASO PARA REDUCIR EL IMPACTO ECOLÓGICO NOCIVO Y LA TORTURA ANIMAL QUE DETERMINADAS INDUSTRIAS GENERAN A DIARIO. REDUCIR EL CONSUMO DE ANIMALES ES NECESARIO Y URGENTE.  
Leticia Dolera

## VEGANUARY EN ESPAÑA

# LAS EMPRESAS CELEBRAN VEGANUARY EN ESPAÑA

**Empresas de todos los tamaños participaron en Veganuary 2025, aprovechando la oportunidad para destacar sus productos y hacerlos más accesibles.**

Más de 100 empresas participaron en la campaña de este año a través de ofertas especiales, lanzamientos de nuevos productos y actividades como sorteos. Además, en las principales cadenas de supermercados como Consum y Alcampo hubo ofertas disponibles por Veganuary, ayudando a llevar opciones plant-based a un público más amplio.

Los lanzamientos de nuevos productos fueron otro de los puntos destacados de Veganuary 2025 en España. Solo de Croquetas presentó una croqueta de currywurst, y Perritos Galipán lanzó el hot dog Impostor, ambos con proteína vegetal de Better Balance.

Con un aumento en la participación, apoyos destacados y una gran participación empresarial, Veganuary sigue expandiéndose en España. Su impacto llega a más personas cada día, haciendo que la alimentación vegetal sea más visible y accesible en todo el país.



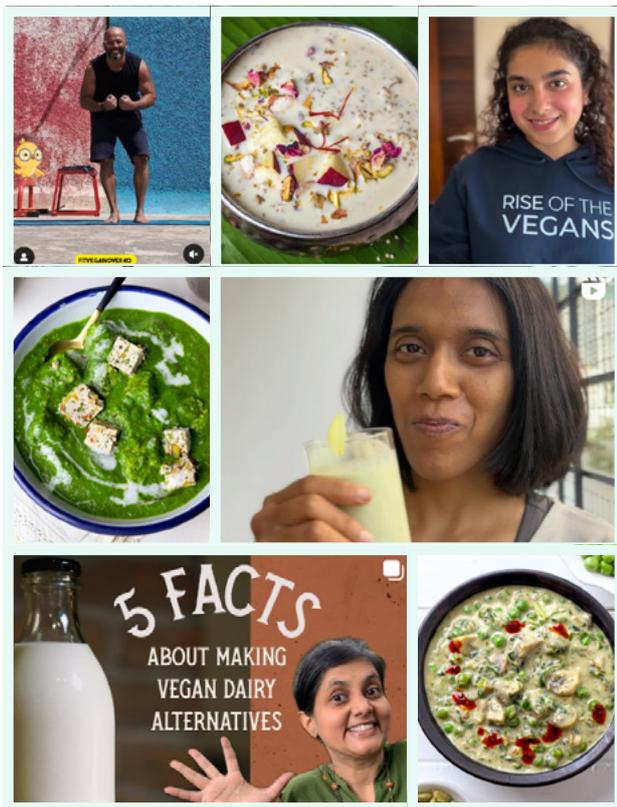
## VEGANUARY EN INDIA

# LOS PRINCIPALES MEDIOS DE COMUNICACIÓN INDIOS SE SUMAN A VEGANUARY

Con más de 2.000 menciones y 104 artículos especiales, la popularidad de Veganuary siguió en aumento en los medios de comunicación indios más importantes.

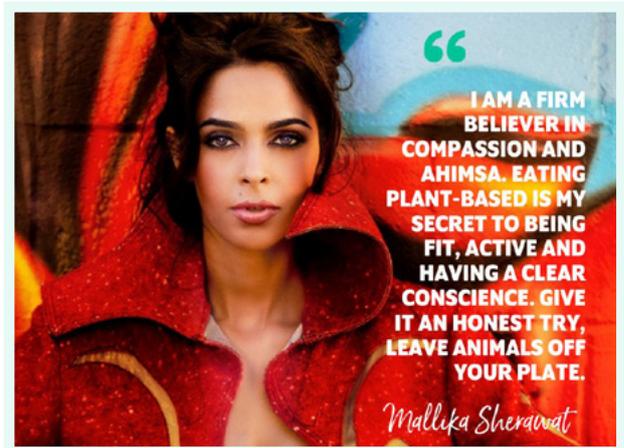
41 expertos, incluidos chefs, médicos y nutricionistas, contribuyeron a artículos en apoyo de Veganuary. Abordaron una variedad de temas, como nutrición, recetas, fitness, alimentos de temporada, recetas para festivales y más. Publicaciones destacadas como **Hindustan Times, Navbharat Times y Times of India** publicaron artículos sobre Veganuary.

Los principales influencers apoyaron Veganuary durante todo el año, desde las semanas temáticas (Semana Sin Pollo, Semana de Leche Vegetal y Vegan Navratri) hasta la campaña principal. **172 influencers en redes sociales apoyaron a Veganuary** y animaron a sus seguidores con consejos útiles, recomendaciones de compras y deliciosas recetas veganas.



## PARTICIPACIÓN DE EMBAJADORES E INFLUENCERS

La popular actriz india **Mallika Sherawat** se unió a Veganuary como nueva embajadora en el Día Mundial del Veganismo.



## VEGANUARY EN INDIA

# LAS EMPRESAS LÍDERES EN INDIA SE UNEN A LA CAMPAÑA

**174 empresas indias se unieron a Veganuary, con 116 nuevas opciones en sus menús, 39 ofertas especiales y participación en el Workplace Challenge.**

Restaurantes como Olive Bar and Kitchen, Hatti Kaapi y Chinita introdujeron nuevos platos en sus menús, con la opción de veganizar muchos de sus platos habituales. **Grandes retailers como Amazon Fresh, Nature's Basket y Big Basket promovieron su categoría vegana** a través de boletines para sus suscriptores.



La popular cadena de restaurantes SOCIAL lanzó un nuevo menú vegano con ocho platos en casi 50 ubicaciones a lo largo del país.

### AD SINGH, DIRECTOR GENERAL DE OLIVE EN OLIVE BAR AND KITCHEN

*"Estamos emocionados de unirnos al movimiento Veganuary y ofrecer a nuestros invitados un delicioso menú vegano cuidadosamente seleccionado. Enero es el mes en el que muchas personas se enfocan en mejorar su salud y lo hacen parte de sus resoluciones para el nuevo año. Con sus enormes beneficios para la salud y prácticas amigables con el planeta, nuestro menú basado en plantas es un paso en esa dirección, ayudando a nuestros invitados a tomar decisiones más saludables."*

### CHEF SHAMSUL WAHID, CHEF EJECUTIVO DEL GRUPO EN IMPRESARIO ENTERTAINMENT & HOSPITALITY PVT. LTD

*"Crear este menú vegano ha sido un viaje emocionante para nosotros en SOCIAL. Queríamos demostrar que la comida vegetal puede ser tan audaz, sabrosa y satisfactoria como cualquier otro plato. Al utilizar ingredientes frescos de alta calidad y técnicas innovadoras, hemos creado una selección que no solo satisface a los veganos, sino que también emociona a los amantes de la comida que están dispuestos a probar algo nuevo. Nuestro trabajo con Veganuary aporta una perspectiva fresca a la gastronomía a base de plantas, convirtiéndolo en una experiencia emocionante y deliciosa en SOCIAL."*

### PUNIT MEHTA, SOCIO Y CEO DE D. NAVINCHANDRA JEWELS & CO

*"En D. Navinchandra Jewels, creemos que la verdadera innovación radica en tomar decisiones que beneficien tanto a las personas como al planeta. Al adoptar prácticas basadas en plantas dentro de nuestra fábrica, no solo estamos priorizando la sostenibilidad, sino también abrazando la compasión y la responsabilidad. Como parte de nuestro compromiso, servimos comidas veganas y saludables a nuestros socios, asegurándonos de que cada comida refleje nuestros valores. ¡También organizamos una competición de cocina basada en plantas que fue un éxito entre nuestro personal!"*

### SACHIN AGARWAL, DIRECTOR DE OPERACIONES EN NATURE'S BASKET

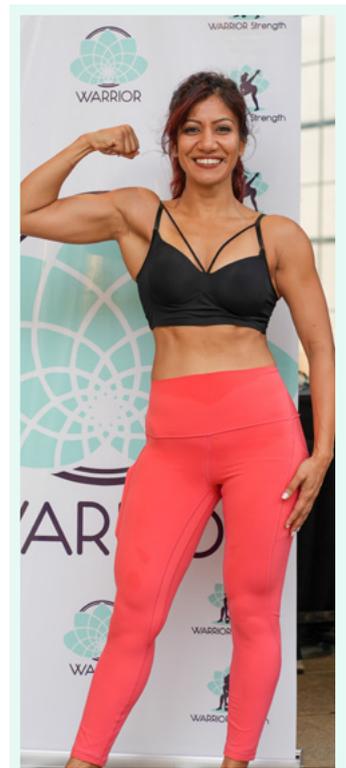
*"Estamos increíblemente orgullosos de asociarnos con Veganuary y emocionados de apoyar una causa que no solo protege el planeta, sino que también promueve una mejor salud humana. En Nature's Basket, ofrecemos una amplia gama de productos veganos en nuestras tiendas, y a través de esta plataforma tan impactante, nuestro objetivo es inspirar a más personas a adoptar el veganismo. Este es nuestro tercer año participando en Veganuary, y seguimos comprometidos a apoyar este movimiento cada año, fomentando un futuro más saludable y sostenible para todos."*

## VEGANUARY EN INDIA

# EL FESTIVAL VEGANUARY

El mercado vegano más grande de la India fue renombrado como el Festival Veganuary para su edición de enero. El Namu Recommends Veganuary Festival contó con **124 marcas participantes, incluyendo 70 puestos de comida y bebida.**

El evento generó gran revuelo en los medios locales con 11 artículos publicados. Alrededor de 1,800 visitantes asistieron al festival durante dos días, participando en talleres de yoga, demostraciones de cocina, mesas redondas y más. El contenido sobre el evento alcanzó a más de 250,000 personas en redes sociales.

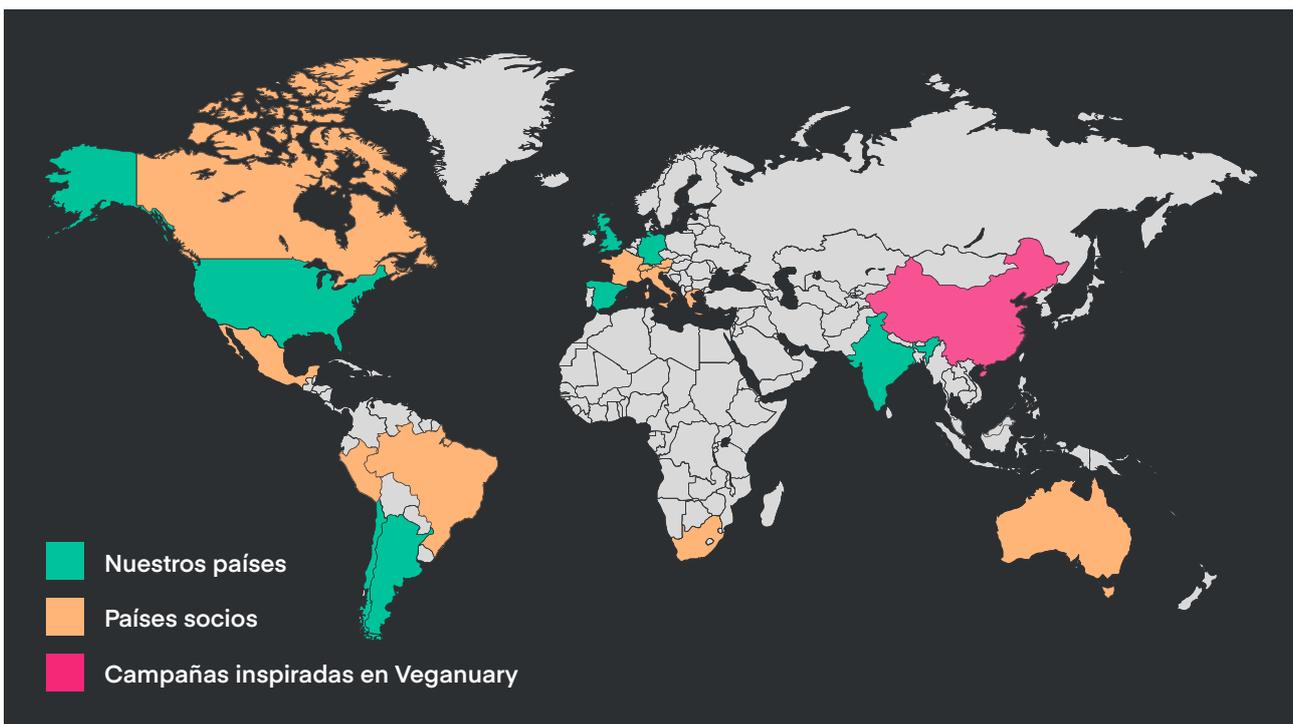


## VEGANUARY EN EL MUNDO

# IMPULSANDO EL CRECIMIENTO GLOBAL

A partir de enero de 2025, Veganuary cuenta con presencia oficial en 20 países alrededor del mundo. Nuestros partners son aliados de confianza en nuestra misión, asumiendo la gestión de campañas locales y garantizando su autenticidad y adaptación al contexto cultural.

Este año hemos dado la bienvenida a tres nuevos países socios: Perú, liderado por ARBA; Malasia, bajo la dirección de la Malaysian Vegetarian Society y ProVeg Malaysia; y Canadá, encabezado por la Veganuary Canada Coalition. Además, estamos apoyando una nueva campaña hermana inspirada en Veganuary en China, denominada V-March, que será lanzada por la China Vegan Society esta primavera.



## VEGANUARY EN EL MUNDO

# EVOLUCIONANDO PARA LA EXPANSIÓN

A medida que Veganuary continúa su crecimiento global, somos conscientes de que un único enfoque no sirve para dar respuesta a las necesidades de cada región. Mediante la colaboración con organizaciones locales y la adaptación a los contextos culturales, garantizamos que la visión de Veganuary conecte con públicos diversos en todo el mundo.

### LA VISIÓN DE VEGANUARY LLEGA A CHINA

Estamos encantados de anunciar que, por primera vez, la visión de Veganuary llega a China, pero con un enfoque innovador y emocionante. Presentamos Vegan Spring March, una nueva campaña hermana inspirada en Veganuary y liderada por la China Vegan Society.

**Mangchun Sanyue (犇春三月), que se traduce aproximadamente como Vegan Spring March o V-March, se llevará a cabo durante 31 días a partir del 1 de marzo de 2025.** Los participantes recibirán apoyo para probar el veganismo a

través de contenido diario en una mini aplicación desarrollada por **China Vegan Society** en WeChat, la plataforma social más popular de China.

En China, la celebración del Año Nuevo Lunar, que suele caer entre finales de enero y principios de febrero, hace que enero sea una época difícil para cambios de estilo de vida. Por ello, **el equipo de China Vegan Society concibió V-March como una versión adaptada de Veganuary, alineada con el calendario chino.**

**JIAN YI,  
FUNDADOR  
Y CEO DE  
CHINA VEGAN  
SOCIETY**



*“Inspirados por el increíble poder transformador que ha demostrado Veganuary al cambiar el estilo de vida de las personas para mejor, esperamos que V-March abra oportunidades no solo para la gente en China, sino también para otras personas de ascendencia asiática en todo el mundo que celebran el Año Nuevo Lunar.”*

Estamos orgullosos de ver cómo el mensaje de Veganuary evoluciona y se adapta a nuevas audiencias, y estamos impacientes por ver el impacto de Vegan Spring March en China.

### CANADÁ EN EL CENTRO DE ATENCIÓN

Adaptar la campaña para el público canadiense fue un desafío fascinante. Si bien normalmente colaboramos con un único socio por país, la naturaleza altamente regionalizada de las organizaciones en Canadá nos llevó a replantear esta estrategia. ¿La solución? **La creación de la Veganuary Canada Coalition,** un auténtico súper grupo de organizaciones regionales que unieron fuerzas para llevar Veganuary a Canadá, atendiendo tanto a participantes de habla inglesa como francesa.

La Veganuary Canada Coalition tuvo un gran alcance en su primer año, logrando una importante cobertura mediática en CTV Morning Live, uno de los mayores canales de televisión en Canadá, así como artículos destacados en The Toronto Star y Canadian Grocer.

Además, atrajeron la participación de grandes empresas como Hellmann's y la reconocida cadena de farmacias London Drugs, que se sumó a la iniciativa en más de 80 ubicaciones.



## VEGANUARY EN EL MUNDO

# LO MÁS DESTACADO DE LAS CAMPAÑAS DE NUESTROS PARTNERS

**Este enero, nuestros socios dejaron huella en todo el mundo con innovadoras campañas de marketing adaptadas a cada región, participación empresarial y fortalecimiento de la comunidad. ¡Aquí presentamos algunos de sus logros más destacados!**

### AUSTRALIA ANIMALS AUSTRALIA

Más de 40 empresas participaron en Australia este año, ofreciendo descuentos especiales de Veganuary a los participantes en todo el continente. Además, para dar aún más visibilidad a la campaña, la parlamentaria del estado de Victoria, Georgie Purcell, la promovió activamente en sus redes sociales.

### AUSTRIA VEGANE GESELLSCHAFT ÖSTERREICH

La principal cadena de supermercados de Austria, Billa, dedicó una página web exclusivamente a Veganuary durante todo el mes, destacando productos de origen vegetal y recetas para sus clientes. Además, se celebró el Vienna Vegan Ball en el Hilton de Viena para aumentar la visibilidad de Veganuary, con la destacada asistencia del alcalde de Viena, Michael Ludwig.



### BRASIL SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA (SVB)

Los participantes de Veganuary en Brasil estuvieron bien atendidos este año, ya que Brasil ocupó el primer lugar en el ranking de Happy Cow como el país más

amigable con el veganismo en América Latina. La SVB jugó un papel crucial en impulsar la disponibilidad y visibilidad de opciones veganas en el país, inspirando a alrededor de 100 empresas a participar en Veganuary. Entre ellas, la popular cadena de pizzerías Didio Pizza, que añadió nuevas opciones veganas a su menú durante el mes de enero.



### ITALIA ESSERE ANIMALI

Este año, pudieron verse carteles publicitarios en Roma y Milán animando a los italianos a probar las hamburguesas vegetales KioEne durante Veganuary. Esta fue solo una de las 89 marcas italianas que promocionaron opciones veganas para Veganuary, incluyendo Aldi Italia.

La campaña también fue destacada en más de 220 historias en los medios en toda Italia, con cobertura en revistas como Vogue y Vanity Fair.



# VEGANUARY EN EL MUNDO

## FRANCIA L214

La participación de empresas se disparó en Francia en 2025, ¡con más de 150 marcas sumándose a la campaña! Entre ellas se encuentran el gigante de los supermercados Intermarché y la cadena de restaurantes Pokawa, un restaurante de poke de estilo rápido y casual con más de 100 ubicaciones en toda Francia. Varios municipios promovieron la campaña entre sus residentes, incluyendo Rouen, Venissieux y Grenoble. El atleta de ultra resistencia Guillaume de Lustrac corrió cuatro maratones en cuatro días en Grenoble durante Veganuary para demostrar que las plantas pueden alimentar para cualquier reto, obteniendo cobertura mediática en el principal medio deportivo de Francia, L'Équipe.



## GRECIA VEGAN LIFE

Fue imposible pasar Veganuary por alto fue para el público griego este año. El popular programa matutino *Πρωίαν σε Είδον* presentó exclusivamente recetas veganas durante todo el mes, y la versión griega del exitoso concurso ¿Quién Quiere Ser Millonario? incluyó una pregunta sobre Veganuary. Las empresas también celebraron Veganuary, desde Lidl hasta Pizza Fan, una cadena de restaurantes con más de 80 ubicaciones. En Atenas, Vegan Life celebró el final de Veganuary con un evento de dos días que incluyó talleres de cocina, degustaciones de comida y mucho más.

## MALASIA MALAYSIAN VEGETARIAN SOCIETY Y PROVEG MALAYSIA

La primera campaña oficial de Veganuary en Malasia comenzó con un evento en el Grand Hyatt Hotel de Kuala Lumpur, que presentó un menú especial de opciones veganas para Veganuary. Además, una de las cadenas de pubs más grandes de Malasia, Brew House, lanzó dos platos veganos en más de 40 ubicaciones para celebrar Veganuary.



## MÉXICO ELIGEVEG

Un gran logro en México: Liverpool, la popular cadena de tiendas con más de 120 ubicaciones en todo el país, lanzó un menú especial de Veganuary que incluyó cuatro nuevos platos veganos, entre ellos ceviche vegano y enchiladas a base de plantas. Nuestro socio también coorganizó un evento con el gigante de la cosmética LUSH, en el que participaron influencers hablando sobre Veganuary.

# VEGANUARY EN EL MUNDO

## PERÚ ARBA

Se colocaron cuatro poderosos carteles en zonas de alto tráfico en la ciudad de Lima, presentando los gráficos de la campaña '¿Perturbador?'. Nuestro socio cuenta que esta fue una de las primeras veces que se colocaron carteles enfocados en el veganismo en Perú, y los anuncios alcanzaron casi 20 millones de vistas en total. 24 empresas se unieron a la campaña con grandes ofertas en tres de las ciudades más importantes del país: Lima en la costa, Arequipa en los Andes, e Iquitos en la selva peruana.



## SINGAPUR CENTRE FOR A RESPONSIBLE FUTURE

Los eventos locales siguen siendo una herramienta clave para unir e inspirar a los participantes de Veganuary en Singapur, y este año nuestro socio organizó proyecciones de películas, un recorrido gastronómico para el Año Nuevo Chino y colaboraciones con restaurantes. Además, trabajaron con marcas locales para lanzar nuevos productos vegetales al mercado, incluido el lanzamiento de un nuevo sustituto vegano para huevos.

## SUDÁFRICA PROVEG SUDÁFRICA

En uno de los programas de radio matutinos más populares de Sudáfrica, Breakfast with Martin Bester, el músico sudafricano Elandré retó al presentador y su equipo a participar en Veganuary. ¡Aceptaron el reto y esto generó una gran cobertura mediática positiva para la campaña en la región!

## SUIZA VEGANE GESELLSCHAFT SCHWEIZ

Nuestros socios en Suiza alcanzaron a casi medio millón de personas en Facebook e Instagram con sus creativos gráficos de campaña. Además, lanzaron una campaña en TikTok que obtuvo 4.7 millones de impresiones. En un país de 8.9 millones de habitantes, ¡eso es una gran visibilidad para los alimentos vegetales!



¡Un enorme agradecimiento a nuestros increíbles partners por transformar Veganuary en un movimiento global e impulsar un progreso enorme para los animales en todo el mundo! No podríamos hacerlo sin vosotros.



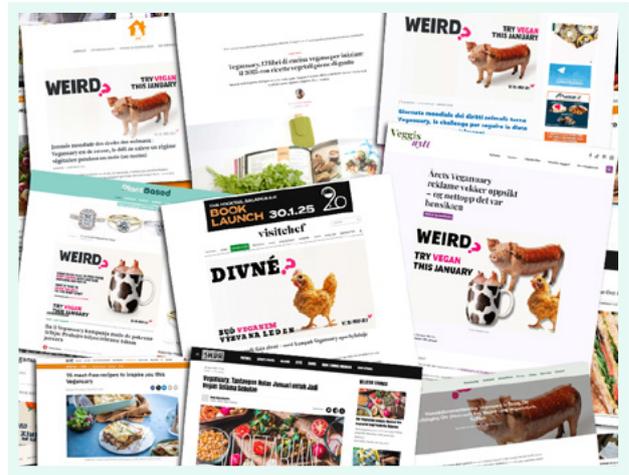
# VEGANUARY EN EL MUNDO

## EL EFECTO MULTIPLICADOR

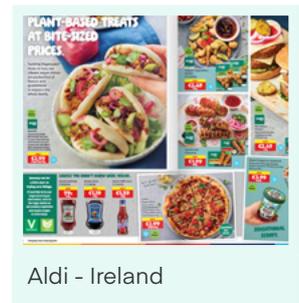
La influencia de Veganuary se expande mucho más allá de las fronteras de los países donde tenemos presencia oficial. De hecho, ya hemos contado con participación de casi todos los países del planeta.

No podemos contar toda la historia del impacto de Veganuary sin tener en cuenta la actividad viral que ocurre alrededor del mundo. Aquí os presentamos solo algunos de los momentos más destacados de este año.

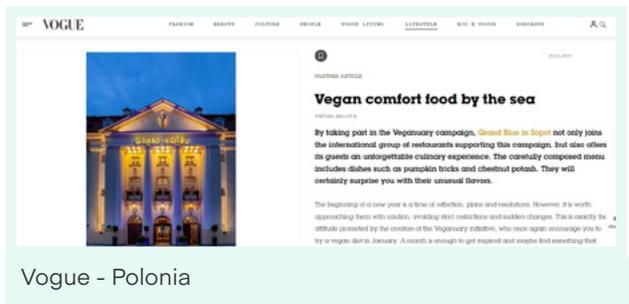
- Señalización de Veganuary en el aeropuerto de **Abu Dhabi**, promocionando opciones veganas para los viajeros en los EAU.
- La cadena de hoteles Sofitel creó un exclusivo menú de alta cocina para Veganuary, disponible en 10 hoteles de lujo en toda Europa, incluidos **Sopot** (Polonia), **Varsovia**, **Fráncfort**, **Múnich**, **Londres**, **Luxemburgo**, **Bruselas**, **Ámsterdam**, **Barcelona** y **París**. La historia apareció en **Vogue Polonia**.
- El estudio sobre **Veganuary** de la **Universidad de Exeter** (ver página 08) llamó la atención de los medios en **Irlanda**, **Rumanía**, **Suecia** y **Japón**.
- La página oficial de turismo de **Dubái** destacó los mejores restaurantes para encontrar comida vegana en la ciudad durante Veganuary 2025.
- Las tiendas de Aldi anunciaron sus opciones veganas de forma destacada en sus folletos por Veganuary en Irlanda.
- LUSH promocionó productos veganos a una audiencia local en Tailandia.



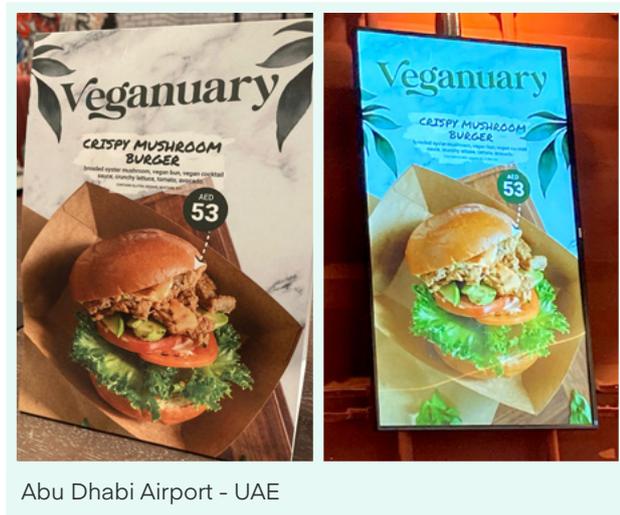
Lush - Thailand



Aldi - Ireland



Vogue - Polonia



Abu Dhabi Airport - UAE

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

*"En Sofitel, estamos comprometidos a redefinir el lujo moderno abrazando la sostenibilidad, la innovación y la diversidad cultural. Nos enorgullece apoyar la misión de Veganuary e inspirar a nuestros huéspedes a probar, explorar y enamorarse de las infinitas posibilidades de la gastronomía vegana, demostrando que la cocina vegetal es una celebración del sabor, la textura y la creatividad."*

A ti que estás al otro lado:

Muchas gracias por apoyar Veganuary. Sin ti, todos estos avances no serían posibles. Si quieres contribuir con una donación a Veganuary, puedes hacerlo aquí: [www.veganuary.com/es-es/donar](http://www.veganuary.com/es-es/donar)

Nos emociona ver el apoyo que recibe Veganuary en todo el mundo, ¡y el futuro es aún más prometedor! Para saber más sobre nuestros planes de desarrollo para 2026 y más allá, puedes consultar nuestra **Estrategia a 5 años**.

# JUNTOS, ESTAMOS CREANDO UN MUNDO MÁS AMABLE PARA LAS PERSONAS Y LOS ANIMALES. ¡GRACIAS!



Veganuary es una organización sin ánimo de lucro registrada en Inglaterra y Gales (1168566).

Veganuary  
PO Box 771  
York, YO1 0LJ  
United Kingdom

[info@veganuary.com](mailto:info@veganuary.com)

VEGANUARY 