Publicado en México el 15/02/2024

# [Campaña Enero Vegano se consolida en México con exitosos resultados](http://www.notasdeprensa.es)

## En enero de 2024, más de 1.8 millones de personas recibieron los recursos de Veganuary para probar el veganismo en enero. En América Latina, cientos de empresas y decenas de celebridades fueron parte de la campaña, mientras que numerosas marcas registraron éxito de ventas en sus productos veganos

 Veganuary, ONG que promueve la alimentación basada en plantas, cerró su campaña Enero Vegano 2024 con más de 1.8 millones de personas alrededor del mundo -que recibieron los recursos de Veganuary- además de contar con más participación de empresas que nunca, participación de instituciones públicas y una gran presencia en la vía pública en algunas ciudades de América Latina. Este año, también, Veganuary, o el "Enero Vegano", estuvo en decenas de titulares de los medios latinoamericanos.  "Estamos muy contentos de conocer los enormes y positivos resultados que tuvo el Enero Vegano 2024, demostrando que este movimiento sigue en tendencia en Latinoamérica, con un México cada vez más involucrado y participativo, algo que demuestra la importancia que tiene el cambio de alimentación en las personas del país, en favor del planeta y sus habitantes", dijo Mauricio Serrano, director de Veganuary Latinoamérica.  Parte del gran alcance logrado este año se debe al apoyo de destacadas celebridades que se involucraron y decidieron unirse a probar la alimentación vegana durante enero con Veganuary, como la cantautora mexicana Denise Gutiérrez y Fernanda Pinilla, futbolista chilena y recientemente ganadora de medalla de plata en los Juegos Panamericanos Santiago 2023.   Embajadores como Marco Antonio Regil confirmaron su compromiso con la ONG, así como también nuevos rostros internacionales se sumaron a la campaña, como el cantante argentino Axel. El apoyo de organizaciones también fue fundamental, como el de EligeVeg en México, que colaboró con la difusión de la campaña a través de diversas acciones.  Así también, este año, Veganuary nuevamente volvió a aparecer en distintos lugares de Chile y Argentina. En el caso de Chile, con publicidad en más de 150 anuncios impresos y digitales en las calles de la capital, llegando a miles de personas, siendo la campaña publicitaria de promoción del veganismo más grande que se haya realizado en dicho país.  Primera municipalidad de Latinoamérica en sumarse al desafío del lugar de trabajo El Desafío en el Lugar de Trabajo de Veganuary busca que empresas e instituciones motiven a sus colaboradores a probar el veganismo grupalmente. Este año, la iniciativa sigue ganando terreno en la región, donde destaca la participación de la Ilustre municipalidad de Constitución, ciudad del sur de Chile, que se convirtió en el primer municipio en Latinoamérica en sumarse a la campaña, involucrando a todas y todos sus funcionarios, marcando un hito para las instituciones públicas, que poco a poco se suman a la campaña.  Fabián Manuel Pérez Herrera, alcalde de la I. Municipalidad de Constitución, comentó que "a partir de la actividad desarrollada en el mes de enero de 2024, comenzamos a explorar y promover una mayor diversidad de opciones de menú para restaurantes de la comuna, funcionarios municipales y la comunidad. Invitamos a turistas y vecinos a disfrutar de alternativas basadas en plantas, con lo que esperamos seguir fomentando la economía circular, alternativas saludables de alimentación y contribuyendo a un entorno más sostenible".  Éxito de ventas en productos veganos Más de 300 empresas fueron parte de Veganuary durante el pasado enero, lanzando más de 70 nuevos productos y menús, así como también ofreciendo ofertas y descuentos especiales por la campaña. Muchas de las empresas que participaron reportaron aumentos en sus ventas y una mayor demanda de sus productos veganos.  En México, Subway fue una de las empresas que participó de la campaña, promocionando su producto vegano recientemente lanzado en el país, el Teriyaki Veg, el primer Sub plant-based de la cadena, que reafirma el firme compromiso con la innovación de la oferta gastronómica de la marca.  Vivian Rodal, directora de mercadotecnia de Subway México, destacó que "nuestra participación en Veganuary de la mano de nuestro Teriyaki Veg ha sido una oportunidad invaluable para inspirar a más personas a dar ese paso hacia una alimentación plant-based, reforzando también nuestro compromiso con la diversidad alimentaria para acompañar a los consumidores en sus múltiples estilos de vida. Muchas gracias a Veganuary por la plataforma y la colaboración que celebramos".

**Datos de contacto:**

Francisca Valdebenito

Veganuary

+56958662984

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/campana-enero-vegano-se-consolida-en-mexico](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Nutrición Gastronomía Industria Alimentaria Restauración Consumo Ciudad de México



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)