

# Veganuary celebra la 'Semana sin Pollo' para promover las alternativas vegetales a la carne y los huevos

**Con motivo del 'Día Internacional del Respeto a las Gallinas', Veganuary celebra la 'Semana sin Pollo'. La ONG internacional, que apoyó directamente a más de 1,8 millones de personas\* para que probaran durante un mes con sus recursos gratuitos durante enero de 2024, continúa promoviendo dietas respetuosas con los animales y el planeta durante el resto del año**

¿Y qué pasa después de enero? Según la encuesta que realizó Veganuary tras el reto, un 82% de las personas que probaron el veganismo durante ese mes declaró que planeaba reducir de forma drástica su consumo de productos de origen animal de forma permanente. El 98% afirmó, además, que recomendaría Veganuary a sus familiares y amigos\*\*.

Para seguir acompañando a estas personas, la ONG tiene previstas varias campañas durante la primavera y el verano. La primera de ellas es la 'Semana sin Pollo', que tendrá lugar entre el 29 de abril y el 5 de mayo y se centra en dar ideas y soporte a todas aquellas personas que prefieren dejar fuera del menú el pollo y los huevos y elegir alternativas plant-based deliciosas, saludables y sostenibles.

Alternativas sabrosas y también respetuosas

La conciencia sobre el impacto que la producción de carne de pollo y huevos tiene en el planeta y sobre los animales es cada vez mayor. Así, aumenta la demanda de alternativas de origen vegetal para cocinar recetas tanto tradicionales como novedosas. No en vano, la clásica tortilla de patata elaborada con harina de garbanzo fue una de las recetas más exitosas de la campaña que la ONG realizó por primera vez desde España el pasado enero.

A la 'Semana sin Pollo' que está a punto de comenzar se han querido sumar influencers y marcas como la cadena de restaurantes Ramen Shifu, la marca de productos ecológicos Sol Natural, la marca de platos deshidratados Trevijano, la empresa de comida preparada a domicilio Fresh Greens o la recién lanzada Uobo, primer "huevo batido" totalmente vegetal de Europa.

"Veganuary va mucho más allá de enero, con nuestras campañas de primavera y verano reforzamos el acompañamiento y los recursos para animar a las personas a elegir alternativas vegetales en su alimentación, ofreciendo también a las empresas la oportunidad de ampliar y promocionar su gama de productos veganos", señala Amanda Romero, Directora de la ONG en España.

\*Esta cifra incluye a todas las personas que eligieron activamente recibir recursos de Veganuary durante la campaña 2024 (suscripciones a correos electrónicos diarios, vídeos de la serie 31 días de Veganuary en YouTube, escuchas del podcast, seguidores en redes sociales y quienes compraron el

Libro de Cocina Oficial o el Kit Vegano de Veganuary).

\*\*La encuesta se envió a los participantes que optaron por recibir el apoyo de Veganuary a través de correos electrónicos personalizados de 31 días. Al final de los 31 días, se les preguntó sobre su experiencia. Respondieron 18.129 personas.

<https://veganuary.com/wp-content/uploads/2024/03/Official-Veganuary-2024-Participant-Survey.pdf>

**Datos de contacto:**

Amanda Romero  
Directora en España  
649237090

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional](#) [Nutrición](#) [Gastronomía](#) [Moda](#) [Industria Alimentaria](#) [Restauración](#) [Solidaridad y cooperación](#) [Consumo](#)  
[Industria](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>