

Nº 50 | 1º trimestre de 2024  
Enero-marzo

# vegetus

Revista  
de la Unión  
Vegetariana  
Española

[www.unionvegetariana.org](http://www.unionvegetariana.org)

uv'e

50

'Vegetus' llega  
al número 50

Los 4 mitos  
más comunes  
de la soja

Larga vida a la  
tienda Planeta  
Vegano

Un Trail  
Mediterrània  
muy 'veggie'

# La vitamina B12 recomendada por la Unión Vegetariana Española

Los beneficios se destinan a apoyar el movimiento vegetariano/vegano



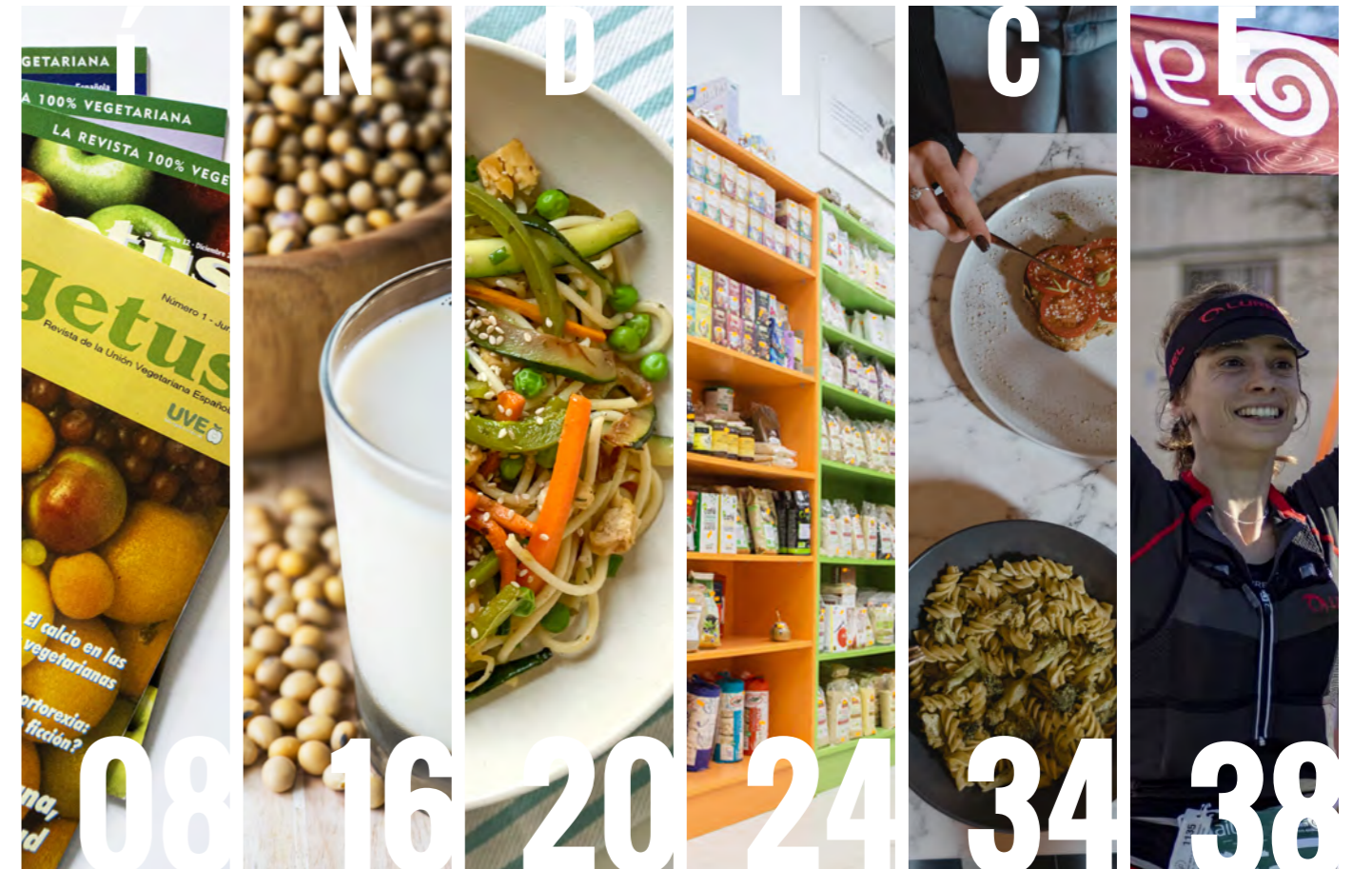
Sin gluten  
y con certificado  
vegano V-Label



**Nueva dosificación semanal adaptada a las actuales recomendaciones de suplementación de vitamina B12 en dietas veganas y vegetarianas**

**uve** Unión Vegetariana Española

A la venta en:  
[unionvegetariana.org/tienda](http://unionvegetariana.org/tienda)  
Descuento para socios de la UVE



**04** UVE News

**08** 50 números de *Vegetus*  
Este canal de comunicación con los socios de la UVE llega al nº 50

**10** Qué hay de nuevo

**16** Los 4 mitos más comunes de la soja  
La soja es la reina de la proteína vegetal y, sin embargo, aún hay quien la teme por sus posibles efectos negativos.

**20** Recetas

Este mes: Porridge de avena, muffins salados de boniato, tortilla de pasta y espaguetis con tempeh.

**24** Planeta Vegano: una tienda con alma antiespecista

Planeta Vegano, en el barrio de Lavapiés de Madrid, es la primera tienda de alimentación 100% vegetal que abrió en España.

**30** Piensa en verde

**34** Radiografía de la población 'veggie' en España

*The Green Revolution* revela que en 2023 se ha frenado el avance de la comunidad veggie

**36** Certificaciones

**38** Entrevista: Alba Sanegre:  
Alba Sanegre, corredora veggie, subió al podio en la primera edición de Ultra Mediterrània Terres de Trail.

De acuerdo con lo que establece el artículo 5 de la Ley Oficial de Protección de Datos (LOPD), la Asociación UNIÓN VEGETARIANA ESPAÑOLA le informa de que los datos personales que aparecen en esta publicación han sido facilitados por sus respectivos titulares, ya sean organismos públicos o privados. Estos datos están almacenados en un fichero automatizado del cual es responsable la Asociación UNIÓN VEGETARIANA ESPAÑOLA, con la finalidad de su gestión a efectos comerciales, informativos y/o publicitarios. Los titulares de dichos datos podrán ejercer en todo momento su derecho de acceso, rectificación, cancelación y/u oposición al uso de sus datos personales, en los términos y en las condiciones previstas en la LOPD, para la cual cosa hay que dirigirse a la sede social de esta empresa: asociación: Av. Juan Gil-Albert, 1: 1º piso, pta.1, 03804 Alcoy (Alicante); tel: 865 64 40 37; e-mail: [info@unionvegetariana.org](mailto:info@unionvegetariana.org).

*Vegetus* es una publicación de distribución gratuita y exclusivamente on-line. Queda totalmente prohibida la reproducción total o parcial y la venta de esta revista sin la autorización escrita del editor. *Vegetus* no responde de los cambios efectuados a última hora de cualquier programación, taller o evento ni tampoco de las erratas fuera de nuestra voluntad. *Vegetus* no se hará responsable, de ninguna manera, de las opiniones de colaboradores, ni del contenido de los anuncios publicitarios o de otro tipo. Ni el editor, ni el autor aceptarán responsabilidades por las pérdidas o lesiones que se puedan ocasionar a las personas naturales y/o jurídicas que actúen o dejen de actuar como resultado de alguna información incluida en esta publicación.

*Vegetus*, boletín informativo de la Unión Vegetariana Española. Edición: Enero-marzo de 2024. Diseño y maquetación: [www.icsgrafico.com](http://www.icsgrafico.com).

ANTES DE IMPRIMIR CUALQUIER CONTENIDO DE ESTA REVISTA PIENSE BIEN SI ES NECESARIO HACERLO. EL MEDIO AMBIENTE ES COSA DE TODOS.

# UVE NEWS



El Mundo Veg nunca se detiene. Si te has perdido algo de lo sucedido en estos últimos meses, no te preocupes. En estas páginas te informamos de todo.

## La UVE solicita la inclusión de bebidas vegetales en el Programa Escolar de la Unión Europea



tos, prefieren no consumir productos lácteos de origen animal. Además, reforzamos no sólo la creciente y más que evidente tendencia del mercado hacia las bebidas vegetales, sino también, el impacto medioambiental que implica la ganadería, y en especial la producción de productos lácteos.

En la UVE abogamos por la inclusión; creemos firmemente que, al incluir alternativas lácteas de origen vegetal en el Programa, la Comisión Europea puede integrar opciones más sostenibles que tengan en cuenta a todos y todas los ciudadanos y ciudadanas de la Unión Europea.

Puedes leer nuestro escrito al Ministerio [aquí](#) y [el dossier](#) sobre por qué hay que incluir las alternativas vegetales en el Programa Escolar de la UE.

## Encuentro anual Vegetales 2023



El pasado 18 de octubre, la UVE se reunió con **Purificación González Camacho, Subdirectora General de Promoción de los Alimentos de España del Ministerio de Agricultura**, para solicitar la inclusión de bebidas vegetales en el Programa Escolar de consumo de frutas, hortalizas y leche. El Programa Escolar de la UE es la política europea que apoya el suministro de frutas, verduras, leche y productos lácteos a los escolares, junto con actividades educativas sobre agricultura y hábitos alimentarios saludables.

Actualmente, no todos los escolares pueden beneficiarse al 100% de dicho programa, ya sea por razones éticas, medioambientales, por razones de alergias o intolerancias, e incluso, por razones gustativas muchos niños y niñas no consumen productos de origen animal como los lácteos y sus derivados.

Durante el encuentro, expusimos la necesidad de ofrecer una alternativa de calidad a aquellas personas que, por los diferentes motivos expues-

El pasado 24 de octubre la UVE estuvo presente en el encuentro anual de Vegetales - Asociación Española de Productores de Alimentos y Bebidas Vegetales, donde se presentó la radiografía del sector *plant-based* en España. Vegetales es la Asociación Española de Productores de Alimentos y Bebidas Vegetales donde todos sus miembros cuentan con la certificación V-Label.

Tuvimos la oportunidad de analizar el perfil del consumidor *plant-based* en España, hablamos de la necesidad de una regulación del sector de cara a futuro, así como la inclusión de más alternativas hacia la transformación de nuestro sistema alimentario.

El evento fue la ocasión para crear sinergias y estrechar lazos con organizaciones del sector.

Lo que está más claro que nunca es que, en un momento de incertidumbre, el consumidor español cada vez adquiere más productos basados en vegetales y el sector *plant-based*, en especial las bebidas, es un sector en alza en continuo crecimiento.

## El Santuario La Manada Cántabra, ganador de los Video Clips Awards: Love & Light WW for Animals

El pasado 1 de noviembre, Día Mundial del Veganismo, se resolvieron los premios de la primera edición de los Video Clips Awards: Love & Light WW for Animals de [Vegan Magic Magazine](#) siendo los ganadores el Santuario La Manada Cántabra.

La Manada, participó con un vídeo en el que se puede ver el día a día de los animales que viven felices y en libertad bajo los cuidados que necesitan, quedando ganadora y, por ende, llevándose el primer premio que era **una aportación económica de 100€ por parte de la UVE**.

Situado en Oruña de Piélagos, este santuario nació en octubre de 2021 y cuenta con 53 animales, muchos de ellos de gran tamaño como vacas, toros, burros, yeguas y 2 ponis. La labor que realizan se centra en rescatar animales de abandonos, cesiones y decomisos del SEPRONA, principalmente son «de granja» y mal denominados «de consumo».



En los Video Clips Awards: Love & Light WW for Animals de Vegan Magic Magazine también participaron otros santuarios como Corazón Verde, Leon Vegano Animal Sanctuary y Vacaloura.

A través de estos cortos, Vegan Magic Magazine, pretende visibilizar la importante labor de los santuarios y la necesidad de ayuda por parte de la comunidad veggie y de aquella que está sensibilizada con los animales para su mantenimiento y subsistencia.

## Nos sumamos a ESTAREM

El Colegio Oficial de Dietistas-Nutricionistas de la Comunitat Valenciana (CODiNuCoVa) ha presentado el proyecto ESTAREM, una iniciativa que pone en el centro a la alimentación como motor del cambio en salud y en cuya [web](#) se podrá consultar de manera interactiva el mapa sanitario valenciano y la previsión de dietistas-nutricionistas por departamentos.

ESTAREM es un informe del estado actual de la profesión de dietista-nutricionista en la sanidad pública valenciana, que analiza las necesidades actuales de la asistencia en Atención Primaria y Hospitalaria, así como la importancia de la presen-

cia de profesionales de la nutrición en el sector, ya que de esta manera se fomentaría la sensibilidad y la concienciación hacia una alimentación saludable.

La UVE se suma a ESTAREM para aumentar el bienestar de la población y mejorar su calidad de vida, además de asegurar el acceso a este servicio de manera universal para que la nutrición saludable se convierta en un derecho para todos.

**Colegios, hospitales o cárceles:  
porque el veganismo llegue a todas  
las instituciones**

El Tribunal Europeo de Derechos Humanos debate actualmente si el veganismo y/o el anti-especismo constituyen una convicción filosófica que debe respetarse y si, por tanto, los estados miembros deben proporcionar comida vegana a las personas con estas convicciones. Esta decisión se está tomando tras la discriminación que sufrió un activista vegano, Mathias, en una cárcel en Ginebra durante 11 meses, donde fue privado de una alimentación 100% vegetal e incluso de la vitamina B12. Su dieta se limitó al menú habitual, sin carne ni pescado y los carbohidratos y las verduras se cocinaban a menudo con productos lácteos.

Ayúdenos a hacer realidad nuestro derecho:

Apoye este proyecto



El artículo 9 de la Declaración Europea de Derechos Humanos establece que todo ser humano tiene derecho a la libertad de conciencia y al respeto de sus convicciones en la práctica, es por ello, que desde la Asociación Vegetariana Francesa (con el apoyo de otras como The Vegan Society y la UVE) se ha lanzado una iniciativa para visibilizar esta injusticia y conseguir fondos para que se garantice las comidas veganas como un derecho humano fundamental.

Los fondos irán destinados a sufragar los gastos de la defensa. Tu puedes ayudar a esta iniciativa y contribuir a que los veganos y veganas de Europa ya no tengan que enfrentarse al dilema de solicitar una alimentación 100% vegetal en las instituciones públicas.

**“Baby-Led Weaning”, el taller que  
te ayuda con la alimentación  
complementaria para tu bebé.**



¿Has escuchado hablar del BLW pero no sabes realmente cómo ponerlo en práctica y forma segura? ¿Qué beneficios aporta? ¿Qué nutrientes son importantes? ¿Cómo se preparan los alimentos? Desde VegAcademy te ayudamos a resolver estas dudas.

Baby-Led Weaning es un método que alienta a los bebés a participar activamente en su alimentación, permitiéndoles tomar el control y decidir qué y cuánto comer. La idea es ofrecer alimentos

sólidos en trozos o formas fáciles de manejar en lugar de purés, permitiendo que los bebés exploren texturas, colores y sabores por sí mismos.

Tras el éxito del primer taller, volvemos a ofrecer este contenido de la mano de nuestra colaboradora Silvia Castelló, dietista nutricionista especializada en materno infantil, que te ayudará a dar respuesta a todas las preguntas que puedan surgir sobre este método.

Podrás realizar este curso de manera online el próximo 12 de marzo a partir de las 18:00 h. Los socios y socias de la UVE tendrán un descuento en el precio final. Insíbete a través del correo [nutricion@unionvegetariana.org](mailto:nutricion@unionvegetariana.org).

**Taller online “La salud de personas  
mayores y la dieta vegana”, vive  
más y mejor.**

La nutricionista Ana Calvo, colaboradora de la UVE y especializada en alimentación vegetal enfocada a la transición, patologías y longevidad, ofrecerá un curso online sobre cómo gestionar “La salud de las personas mayores y la dieta vegana”.

Desde VegAcademy se ofrece este contenido con el objetivo de resolver cualquier duda y poder llevar una dieta basada en vegetales con total seguridad y confianza en esta etapa de la vida, no solamente para favorecer la longevidad, sino para afrontar estos años con más vitalidad.

Tener una calidad de vida pasados los 65 años es importante ya que comienzan a aparecer ciertas enfermedades crónicas, se toma medicación



con efectos secundarios o se sufren problemas de movilidad.

Con este curso online, aprenderás a prevenir, manejar e incluso revertir ciertas afecciones de salud gracias a una buena alimentación y hábitos saludables en el día a día.

El curso se impartirá el día 15 de febrero a las 18h y tendrá un descuento especial para los socios y socias de la Unión Vegetariana Española. Insíbete en [nutricion@unionvegetariana.org](mailto:nutricion@unionvegetariana.org).

**¡Descárgate la App de la UVE!**

¡Descarga ahora la nueva aplicación de la Unión Vegetariana Española y descubre un mundo de opciones deliciosas y saludables a tu alcance!

Con nuestra aplicación, tendrás acceso directo a nuestra web y a tu perfil de socio o socia, además de recetas, consejos nutricionales, información sobre eventos, actualidad y mucho más ¡Explora el mundo de la alimentación vegetal! Disponible para descarga en Google Play. ¡Únete a nosotros en el camino hacia una vida más saludable y sostenible!



# vegetus

# 50

## 50 NÚMEROS DE VEGETUS

La revista *Vegetus* ha marcado la historia de la Unión Vegetariana Española, siendo desde el principio un canal de comunicación con los socios.

La época en que se creó la UVE era un momento anterior a la explosión de la divulgación digital y de las redes sociales. Se podría decir que los métodos «clásicos» de comunicación, en soporte papel, todavía tenían una gran importancia y la gente los utilizaba como principal vía para obtener información. Los libros y las revistas estaban a la orden del día, y por ese motivo la idea de comunicarse con los socios a través de prensa escrita era uno de los pilares fundamentales entre las actividades de difusión de la asociación.

Sin duda la revista como tal estuvo inspirada en las revistas de otras asociaciones «hermanas» de países de nuestro entorno que tuvimos ocasión de conocer de primera mano, como pueden ser las revistas británicas *The Vegetarian* (de The Vegetarian Society UK) y *The Vegan* (de The Vegan Society UK), así como las de asociaciones de otros países europeos como Alemania, Bélgica, Austria, Holanda, Francia, Suiza, etc... que se publicaban en aquella época y que en la actualidad se siguen publicando, aunque algunas de ellas han sufrido cambios.

La elección del nombre no es algo sencillo. A la hora de buscar algo que tuviera un fuerte significado simbólico y que fuera distintivo respecto a todo lo existente en esos momentos, me vino a la mente el término latino *Vegetus* que tradicionalmente siempre se ha dicho que era la palabra raíz a partir de la cual procedía el término *vegetariano*, y cuyo significado es «completo, sano, fresco, lleno de vida». En realidad, esto es un mito, y se sabe por investigaciones más recientes que el origen de ve-

getariano no se basó en *vegetus* sino probablemente en *vegetal*. La palabra *vegetariano* apareció por primera vez en documentos escritos en 1842, dando la impresión de que se utilizaba en algunos grupos incipientes de la Inglaterra victoriana, que conducirían a la fundación en 1847 de The Vegetarian Society, la primera organización vegetariana del mundo<sup>1</sup>. A pesar de ello, el término *vegetus*, sea mito o no, siempre ha sido lo suficientemente representativo como para asociarlo con el movimiento vegetariano y de hecho hay multitud de restaurantes, libros y empresas con este nombre. Sin embargo, en las búsquedas de Google, nuestra revista *Vegetus* aparece como primer resultado, lo cual por supuesto nos llena de satisfacción.

### ETAPAS DE UNA PUBLICACIÓN ARTESANAL

Desde sus inicios, el concepto estaba claro: brindar toda clase de información relevante-



te a nuestro colectivo, con noticias, artículos sobre puntos clave de la alimentación basada en vegetales o sobre cualquier aspecto de nuestro estilo de vida, entrevistas, recetas de cocina, novedades editoriales, etc. Una información que pudiera reforzar nuestro enfoque y nuestra toma de decisiones en un mundo poco «amable» hacia nuestro colectivo, que a menudo nos excluye o nos menosprecia. Yo personalmente me encargaba de recopilar y maquetar los materiales, algunos de ellos traducciones de textos en inglés, otros producciones propias y otros a cargo de colaboradores voluntarios. Ya que la idea era servir de canal de comunicación con los socios, pero materialmente era inviable darle una periodicidad mensual por la complejidad que supondría, inicialmente *Vegetus* tuvo una periodicidad semestral, y se enviaba por correo postal en junio y diciembre.

Esta publicación se estuvo imprimiendo en papel desde el primer número publicado en junio de 2003 hasta el año 2013, experimentando cambios de diseño y una limitada evolución, aunque manteniendo su esencia. Hubo un

paréntesis entre 2014 y 2016 en que no se publicó, retomando su publicación con el número 23 en marzo de 2016, en formato *online* solamente, más simplificado (tipo boletín) y regularidad variable. Posteriormente cambia de imagen en marzo de 2018, a partir del nº 27, para darle un nuevo impulso con un diseño más profesional y atractivo, solo en formato digital, con mayor solidez en los contenidos, y estableciendo una periodicidad trimestral que se ha mantenido hasta la actualidad.

Hemos llegado al número 50, como quien no quiere la cosa, manifestando nuestra constancia y considerando que esta forma de comunicar sigue teniendo valor en un mundo dominado por la inmediatez y la volatilidad de las redes sociales y la información rápida (paralelismo con la *fast food*). Pensamos que es así, y en estas circunstancias seguiremos aportando nuestro granito de arena con esta publicación para construir un mundo mejor y una sociedad más amable con las personas, los animales y el planeta en su conjunto. ●

David Román



1. Davis, J. *The Origins of the 'Vegetarians'*. Disponible en: <https://www.ivu.org/history/societies/vegsoc-origins.html> [última consulta: diciembre de 2023].

# QUÉ HAY de nuevo

Noticias del Mundo Veg

## EL PRÓXIMO 4 DE FEBRERO: ¡NO A LA CAZA!

La Plataforma NAC (No a la Caza) ha convocado como viene haciendo desde 2010, una manifestación con el objetivo de acabar con la caza. Una protesta que tendrá lugar el próximo 4 de febrero a la que se han unido decenas de ciudades españolas y además, algunas ciudades europeas.

El objetivo de la manifestación es la prohibición de la caza con perros y, por extensión, de la propia actividad de la caza y más cuando desde el año pasado la Ley Nacional de Protección Animal ha dejado fuera a los canes destinado a ello y otros animales dedicados a la actividad cinegética.

España es el único país de la Unión Europea donde aún está permitida la caza con gagos y podencos. Estas razas son especialmente castigadas por el «tiempo de vida útil» que tienen, y las formas de acabar con los individuos que ya no quieren son especialmente crueles.

Este año han contado con la colaboración del artista Luiso García en la elaboración de la ilustración para el cartel de la convocatoria.

Para más información sobre esta convocatoria: <https://www.plataformanac.org/>.



## LA COSTA DEL SOL ACOGERÁ EL VIII ENCUENTRO DE LA UNIÓN VEGETARIANA ESPAÑOLA

La fecha y el lugar concreto están aún por determinar.

El VIII Encuentro de la UVE tendrá lugar el próximo mes de mayo en el sur de nuestro país. Concretamente, la zona elegida para este evento será La Costa del Sol, situada en Málaga y, tras diversas conversaciones mantenidas, todo apunta a que el evento se celebrará en Estepona, en su Palacio de Congresos.

Tras la pasada edición del VII Congreso UVE celebrado en Valencia en mayo de 2023, este año será el turno de la Costa del Sol, un destino turístico muy popular tanto a nivel nacional como internacional, con hermosos pueblos, bonitas playas y una buena oferta hostelera. Un lugar ideal para realizar unas jornadas de convivencia con los socios y socias de la UVE, así como con cualquier asistente que esté interesado.

El evento contará con charlas sobre nutrición, salud, derechos animales y sostenibilidad, y no faltarán los *showcookings* de comida 100% vegetal de la mano de expertos chefs. Además, el fin de semana se complementará con salidas y excursiones para conocer este enclave.

Reserva este fin de semana de encuentro con la UVE. En breve confirmaremos la ubicación concreta y anunciaremos fechas. Estad atentos a nuestras redes sociales.

[www.unionvegetariana.org](http://www.unionvegetariana.org)

## JORNADA MUNDIAL POR EL FIN DE LA PESCA: ACABEMOS CON EL SUFRIMIENTO DE LOS ANIMALES MARINOS

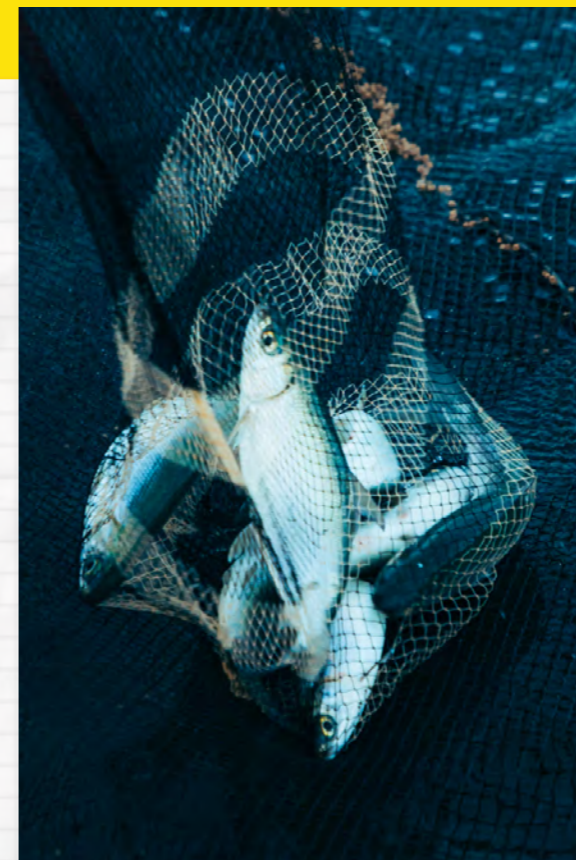
No necesitamos comer pescado u otros animales para vivir gozando de buena salud. Alimentarse y nutrirse de manera sana y sin formar parte de esta masacre es totalmente posible.

Más de 120 organizaciones de defensa de los derechos de los animales de más de 30 países de todo el mundo se unen a la Jornada Mundial por el Fin de la Pesca y de las granjas acuícolas (JMFP) que se celebrará el próximo 30 de marzo.

El objetivo de este evento es denunciar el especismo y exigir la abolición de la explotación de los animales acuáticos sintientes, es decir, la prohibición de las explotaciones acuícolas y de la pesca.

La UVE se suma a esta reivindicación visibilizando la problemática de los animales marinos que pasan totalmente desapercibidos, ya que no forman parte de nuestro entorno terrestre y al no expresar físicamente sus emociones, estos animales son especialmente víctimas del especismo.

Varios billones de peces, cefalópodos y crustáceos mueren cada año como consecuencia de la pesca. Los peces y los invertebrados acuáticos constituyen el 97% de los animales sacrificados para consumo humano y se calcula que cada año en el mundo mueren entre 1 y 3 billones de peces.



[www.unionvegetariana.org](http://www.unionvegetariana.org)

## SALE EN NUESTRO PAÍS LA EDICIÓN EN CASTELLANO DE "ESTO ES PROPAGANDA VEGANA", LIBRO DEL ACTIVISTA VEGANO ED WINTERS

En este libro habla de cómo individuos y sociedad podemos aliviar los problemas más apremiantes que enfrentamos hoy: la crisis climática, las enfermedades infecciosas y crónicas, la explotación humana y, por supuesto, la explotación no humana.

Ed Winters, (más conocido en redes por @earthlinged) es un joven inglés creador de contenido en redes conocido sobre todo por sus debates virales, discursos y ensayos.

En 2014, un titular llamó su atención: «Cientos de gallinas muertas en un accidente de camión». En ese momento se preguntó sobre todo el dolor que estarían padeciendo esos animales.

Desde entonces, su postura ha ido más allá del activismo, implicándose no solo a nivel divulgativo dando charlas por todo el mundo, sino creando asociaciones, eventos veganos, empresas y el santuario Surge para ayudar a los animales. En 2022 vió la luz *Esto es propaganda vegana (y otras mentiras de la industria cárnica)*, que recientemente puede adquirirse en castellano gracias a la editorial Capitán Swing.

En *Esto es propaganda vegana* podemos encontrar los testimonios de trabajadores en mataderos y agricultores, filósofos de los derechos animales, ambientalistas o de los consumidores cotidianos, una forma de comprender la verdadera escala y enormidad de los problemas que tenemos en juego. Winter también ha publicado un segundo libro que lleva por nombre *Cómo discutir con un carnívoro (y ganar cada vez)*, aunque de momento no está disponible en su versión en castellano.

**ESTO ES PROPAGANDA VEGANA (Y OTRAS MENTIRAS DE LA INDUSTRIA CÁRNICA),**  
Capitán Swing  
ISBN: 978-84-127085-2-3  
PVP: 21,00€



## GRAN REPRESENTACIÓN 'VEGGIE' EN LA II EDICIÓN DE ULTRA MEDITERRÀNIA TERRES DE TRAIL

2024 comienza con un evento deportivo muy esperado tras el éxito de la primera edición. Ultra Mediterrània Terres de Trail, (anteriormente bajo el nombre de Aitex Terra Trail) se consolida y pone en valor el potencial de la Comunidad Valenciana a nivel deportivo con carreras de montaña de ultra resistencia.



La competición se celebrará del 26 al 28 de enero y, por segundo año consecutivo, la Unión Vegetariana Española será patrocinadora oficial de este evento que, además de celebrarse en casa (ya que la sede la UVE se encuentra en Alcoy), contará con una gran representación de corredores *veggies*, siendo así un punto de encuentro para esta comunidad.

La UVE colabora también económicamente en la inscripción a todas aquellas personas que llevan un estilo de vida saludable y una dieta vegetal y que han querido competir en las categorías más duras. Esto, y la gran voluntad de la organización por que los apasionados del trail

veganos o vegetarianos asistieran durante ese fin de semana, ha hecho más atractiva a esta segunda edición de la Ultra Mediterrània 2024.

El evento deportivo contará con la participación de más de medio centenar de corredores *veggies* (26 corredores veganos y 29 corredores vegetarianos), entre ellos el conocido Ionel Cristian Manole —con un índice ITRA de 886 puntos— que correrá en la Max 46km, aunque sin descartar la opción de STAGES (75 km). «No conocía la carrera, me propusieron ir y me cuadraba bien para abrir temporada. Luego me enteré del aire *vegan* que tiene y dije “pues mejor que mejor”», declara Ionel.

También participará en esta competición Manu Resina, corredor vegano de ultra trail, y lo hará en la categoría ULTRA PRO de 162 km. Resina, que corre en casa comenta: «Es bo-

nito que corredores de otras partes puedan descubrir nuestra maravillosa tierra. Además, algo que me hace inmensamente feliz es formar parte de esta gran aventura dentro de los corredores *veggies* y gracias a la UVE podremos juntarnos un gran número. Éste será el punto más especial para mí, demostrando que una alimentación vegetal es compatible con ser deportista y encima en un deporte tan exigente como el trail».

La joven alcoyana Alba Sanegre, ganadora el año pasado en la categoría femenina Max.de 44KM +2400p, repite de nuevo ([puedes leer un artículo](#) sobre cómo afronta la competición en este mismo número de *Vegetus*).

Algunos clubes veganos también harán acto de presencia, tanto el Vegantrail Club de Vento-



lá —con 5 corredores— y la Unión Deportiva Vegana (UDV —más conocidos como los *veggierunners*—. Ambos estarán presentes en diferentes categorías de la Ultra Mediterrània. Al menos 15 personas de esta última agrupación se han inscrito y aprovecharán el evento para hacer su encuentro anual.

El presidente de la UDV Toni García, comenta que es una ocasión ideal ya que «el hecho de que haya varias distancias hace que se animen a participar más socios y socias de la UDV en alguna de las distancias. También que la UVE sea uno de los patrocinadores y sea una carrera tan *vegan-friendly*».

Asistirá el joven promesa catalán Jan Ballbé y queda por confirmar la participación de Alberto Peláez, Sergi Rodríguez Cuscó y Borja Ferrer debido a motivos personales.

### LAS EMPRESAS APUESTAN POR UNA ULTRA MEDITERRÀNIA 'VEGGIE'

Uno de los factores a destacar dentro de la Ultra Mediterrània Terres de Trail es su gran disponibilidad a la hora de proporcionar comidas 100% vegetales para los y las corredoras *veggies* en los puntos de avituallamiento y alimentos para la bolsa del corredor, tales como tentempiés, proteínas, dulces o frutas.

Cabe señalar la predisposición de diferentes empresas que han facilitado sus productos para apoyar esta



Manu Resina

competición, ya no solo para que los participantes que siguen una dieta vegana o vegetariana tengan alternativas a lo largo del fin de semana, sino también para visibilizar y normalizar este tipo de alimentos dentro de las carreras, demostrando que «sí se puede» ser vegano y corredor.

Marcas españolas ofrecen diferentes alimentos, como Foody's, que aporta la proteína vegetal tan necesaria para las competiciones. Las conservas Pedro Luis colaboran con productos para la bolsa del corredor y lotes, así como las infusiones Herbes del Molí, que serán fundamentales para recomponerse del frío, y las galletas Teff veganas y sin gluten serán un buen acompañamiento. Chocolates Valor pondrá el toque dulce a la competición con sus tabletas en la bolsa del corredor.

Todos los productos ofrecidos desde estas empresas están certificados

con el sello de garantía V-Label, proporcionando seguridad y garantía a los corredores *veggies*.

#### CARACTERÍSTICAS DEL ULTRA TRAIL

La II edición de Ultra Mediterrània, que se celebrará los días 26, 27 y 28 de enero de 2024, mantiene el mismo formato que el año anterior. La mayoría de las modalidades, aunque siguen siendo iguales, han variado en kilometraje debido a los cambios de meta. Serán las siguientes:

- Kilómetro Vertical: 5km (+450m)
- Media Maratón Expert: 24,5km (+1.150m)
- Maratón Max: 46,5km (+2.450m)
- Ultra Pro: 162km (+8.300 m)
- Stages: 75km (+4.050 m)
- Sky: 15km (+500 m)

La prueba estrella (y la más dura) es un recorrido que transcurre a lo largo de 162 km por hasta 15 poblaciones de las comarcas de l'Alcoià, El Comtat y Marina Baixa —en la provincia de Alicante— y la Vall d'Albaida —en el sur de la provincia de València—.

Desde Ultra Mediterrània Terres de Trail 2024, abriera las inscripciones en julio de 2023, el número de participantes ha superado todas las expectativas que había respecto a la primera edición, ya que se esperan más de 1.200 personas.

En cuanto al origen de corredores y clubs, la provincia de Alicante cuenta con la mayor representación, aunque no se quedan atrás ciudades como Murcia, València, Castelló, Madrid o Barcelona. La II edición de Ultra Mediterrània contará también con corredores de diferentes países, que van desde Finlandia, Polonia y Francia hasta Uruguay, y la presencia de más de 110 clubs de trail.

WWW.ULTRAMEDITERRANIA.COM

unión alcoyana seguros

26·27·28 ALCOI  
ENERO 2024  
JANUARY

UTMB INDEX ITRA MEMBER

ULTRA MEDITERRÀNIA  
TERRES DE TRAIL

PRO 162km  
+ 8.300 m

MAX 46km  
+ 2.450 m

EXPERT 24km  
+ 1.150 m

VERTICAL 5km  
+ 450 m

SKY 15km  
+ 500 m

VERTICAL-MAX-EXPERT STAGES 75Km  
+ 4.050 m

OFFICIAL SPONSORS: PRUNITA, UVE 226ERS, INSTITUTIONAL SPONSORS: UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA, MAC, DIPUTACIÓ D'ALCOI, AJUNTAMENT DE ALICANTE, ORGANISER: UTMAC CLUB ULTRA TRAIL

ULTRA TRAIL DE LES MUNTANYES DE L'ALCOIÀ, EL COMTAT, LA VALL D'ALBAIDA I LA MARINA BAIXA





## LOS 4 MITOS MÁS COMUNES DE LA SOJA

Irene de Diego Tamayo  
Divulgadora científica

La soja es uno de los alimentos más polarizados en RRSS. Por un lado, es la reina de la proteína vegetal y ocupa un lugar privilegiado en dietas basadas en plantas. Tanto a la soja como a sus derivados (tofu, tempeh, miso, edamame...) se le atribuyen numerosos beneficios, desde protección contra el cáncer hasta control del colesterol, entre otros.

Sin embargo, su contenido en fitoestrógenos y antinutrientes hace que muchos teman un posible efecto feminizante en hombres, o mayor riesgo de cáncer de mama en mujeres. Otros la acusan de causar hipotiroidismo, o de ser inferior a otras proteínas animales.

En este artículo analizaremos la evidencia científica que hay detrás de los mitos más comunes sobre la soja.

### MITO 1: LA SOJA CAUSA CÁNCER DE MAMA/ÚTERO

Sin duda, el componente más controvertido de la soja son sus fitoestrógenos (o isoflavonas): compuestos con una estructura muy similar a los estrógenos humanos. Debido a esto, muchos asumen que la soja tiene un efecto estrogénico; pero esto no es del todo cierto.

Existen dos clases de receptores de estrógenos en nuestras células: alfa y beta, con efectos opuestos.

En el tejido mamario, los receptores  $\alpha$  tienen efecto estrogénico y su estimulación aumenta la proliferación celular (i.e. mayor riesgo de cáncer). Los receptores  $\beta$ , en cambio, tienen un efecto antiestrogénico.

Pues bien; como vemos en *Figura 1* (en la página de la derecha), la genisteína tiene preferencia por los receptores  $\beta$ <sup>1</sup>.

A dosis normales (1-4 raciones diarias de soja), se ha visto que la soja protege contra el cáncer



de mama<sup>2</sup>). E incluso en mujeres que ya tienen cáncer, esta se asocia a menor riesgo de muerte y recurrencia<sup>3</sup>. Asimismo, la EFSA condujo una evaluación exhaustiva<sup>4</sup> sobre la seguridad de las isoflavonas, afirmando que las dosis comerciales no afectan al endometrio, al útero ni a la tiroides.

Pero lo interesante de las isoflavonas es que se consideran «moduladores selectivos del receptor de estrógenos». Esto significa que tienen un efecto antiestrogénico en algunos tejidos, y proestrogénico en otros. Gracias a esto, la soja también protege contra la osteoporosis y mejora los síntomas de la menopausia.

### MITO 2: TIENE EFECTO FEMINIZANTE EN HOMBRES

Al igual que en el caso anterior, este mito tiene origen en varios estudios con ratones a los que se administraron dosis demasiado elevadas de isoflavonas. En 2008 se publicó un estudio observacional donde la soja se asoció a menor concentración de espermatozoides<sup>5</sup>; y tenemos un par de estudios de caso donde un señor de 60 años<sup>6</sup> y un joven de 19<sup>7</sup> desarrollaron ginecomastia (crecimiento de pecho) y disfunción eréctil, supuestamente por el consumo de soja.

Estos casos se han citado una y otra vez en blogs y redes sociales, con titulares como «¿Es -la soja- el alimento más peligroso para el hombre?» (*Men's Health*, 2009<sup>8</sup>); lo cual, si no se analiza bien la evidencia citada, contribuye a crear una falsa alarma en la población.

Lo cierto es que, en los dos casos mencionados, ambos consumían unos 360 mg/día de isoflavonas (unas 14 raciones de soja al día!).

En cuanto al estudio observacional, sus resultados no se ven respaldados por el resto de la evidencia científica. Los ensayos clínicos controlados no muestran ningún efecto en la calidad del semen<sup>9</sup>. Y, durante estos últimos años, se han publicado varios metaanálisis que desmienten esta relación<sup>10</sup>. Ni la soja ni las isoflavonas afectan a los niveles de testosterona y otras hormonas sexuales en hombres, incluso con dosis elevadas (más de 3 raciones de soja al día, >75 mg isoflavonas).

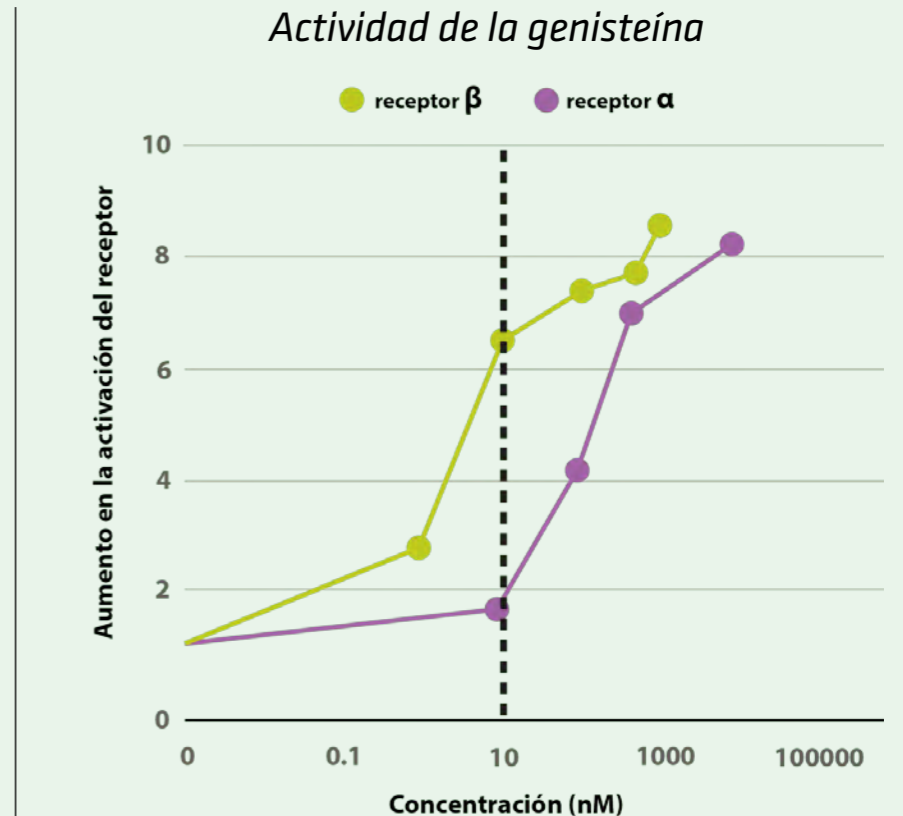
### MITO 3 - LA SOJA CAUSA HIPOTIROIDISMO

El origen de este mito es muy similar a los anteriores. Sabemos que la soja en dosis altas afecta a la función tiroidea en ratones; debido, de nuevo, a sus isoflavonas.

Además, en los años 60, se identificaron varios casos de gota en bebés alimentados con leche de fórmula de soja, mientras que esta revertía al pasarse a la leche materna o la de vaca. Por suerte, el problema se eliminó al cambiar la composición de la leche de fórmula: añadiendo más iodo y reemplazando la harina de soja por un aislado de proteína de soja<sup>11</sup>.

Actualmente, no parece que la leche de fórmula de soja cause toxicidad en bebés; aunque la evidencia todavía es escasa.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que, muchas veces, la leche de fórmula representa el único ali-



**Fig. 1.** A dosis normales, la genisteína se une a los receptores  $\beta$  y tiene un efecto antiestrogénico en el tejido mamario (línea punteada, 10 nM). En cambio, cuando la dosis es muy alta, los receptores beta se saturan y la genisteína empieza a unirse a los  $\alpha$ , causando el efecto contrario. Esto es lo que vemos en algunos experimentos con ratones: las dosis son exageradamente altas y provocan un aumento en el crecimiento de tumores mamarios<sup>12</sup>. Fuente: adaptación de Mueller et al. (2004)<sup>13</sup>.

mento que ingiere el bebé. En estos casos, se estima que el consumo diario de fitoestrógenos ronda los 1,6-12 mg/kg al día, muy elevado si lo comparamos con el de adultos que toman soja de forma frecuente (1 g/kg de fitoestrógenos).

Por esta razón, se aconseja precaución y evitar que la fórmula de soja sea el único alimento que toma el bebé.

En cuanto a los adultos, no hay evidencia de que la soja provoque hipotiroidismo, gota o autoinmunidad en humanos<sup>14</sup>. Desde que la EFSA publicó su informe, se han realizado varios estudios aleatorizados controlados que apoyan sus conclusiones<sup>15</sup>. No se ha encontrado ningún efecto en las hormonas tiroideas, salvo un modesto aumento del 10% en la TSH, lo cual es clínicamente irrelevante,

y que podría compensarse con un consumo adecuado de iodo.

Dicho esto, es cierto que todavía no tenemos evidencia clara en personas que ya presentan hipotiroidismo. Lo adecuado sería vigilar los valores de la TSH para cada paciente; pero, dada la evidencia, lo más probable es que no tenga un efecto apreciable en la mayoría.

### MITO 4: LA PROTEÍNA NO ES DE CALIDAD COMO LA ANIMAL

Este argumento es simplemente falso, por dos motivos.

En primer lugar, la proteína de la soja contiene todos los aminoácidos en proporciones adecuadas. Es la proteína más completa del reino vegetal, con una puntuación en el DIAAS igual a otros alimentos animales.

Aunque es cierto que la proteína whey sale ganando en estudios que miden la síntesis proteica tras la comida o el entrenamiento, esto no se traduce en mayores ganancias de músculo a largo plazo. Es como intentar predecir el peso de una persona mirando sólo la ingesta de grasas en un momento concreto. Necesitamos saber, al menos, cuántas calorías ingiere y cuántas gasta a largo plazo.

Pues con el músculo ocurre lo mismo: existe un equilibrio entre síntesis y degradación proteica, y sólo ganaremos masa muscular si este balance es positivo y sostenido en el tiempo. Teniendo en cuenta que el cuerpo se adapta a la cantidad de proteína que uno ingiere, no podemos concluir nada de una medida aislada tras tomar un batido de whey o de soja.

La única forma de ver si es mejor la proteína vegetal o animal

para ganar masa muscular es mediante estudios a largo plazo. Así, no vemos diferencias en ganancias de masa muscular entre omnívoros y veganos que entrenan fuerza. Incluso tomando la misma cantidad de proteína y calorías<sup>16,17</sup>.

En segundo lugar, y más importante: creo que debemos modernizar el concepto de «calidad proteica». Esta no debería basarse en la composición de aminoácidos, sino en sus efectos en la salud humana.

La ciencia nos deja claro que la proteína vegetal es un seguro de vida:

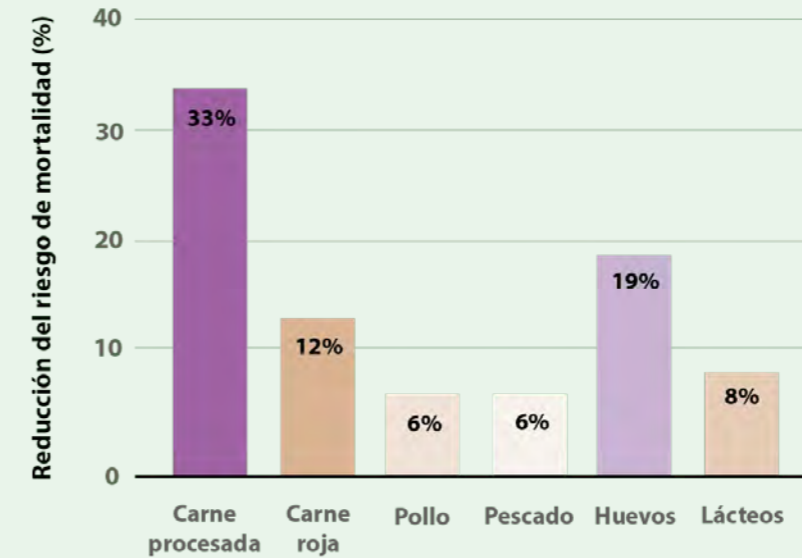
- Estos dos metaanálisis<sup>18,19</sup> de 112 y 32 estudios de intervención, concluyen que la proteína vegetal protege contra enfermedades cardiovasculares en comparación con la animal.

- Otro metaanálisis muestra menor riesgo de diabetes al consumir proteína vegetal<sup>20</sup>.
- Sustituir un 3% de proteína animal por vegetal se asoció a una reducción del 10% del riesgo de mortalidad por todas las causas en este metaanálisis<sup>21</sup>. En el gráfico de la página siguiente<sup>22</sup>, vemos la contribución de distintos productos animales.

### CONCLUSIONES

La soja es un alimento funcional: no sólo aporta nutrientes, sino que contiene compuestos que mejoran la salud y reducen el riesgo de enfermedad. De estos compuestos, los más destacados son los fitoestrógenos, capaces de reducir el colesterol, protegernos frente a ciertos tipos de cáncer y mejorar la salud durante la menopausia.

## Reducción del riesgo de mortalidad al reemplazar proteína animal con proteína vegetal



**Fig. 2.** Reducción del riesgo de mortalidad al reemplazar un 3% de proteína animal de diferentes fuentes con proteína vegetal. Los grupos animales que mayor impacto tuvieron fueron la carne procesada y los huevos. **Fuente:** elaboración propia, a partir de datos de Qi & Shen (2020)<sup>22</sup>.

A pesar de estos beneficios, la soja se ha convertido en uno de los alimentos más controvertidos, en parte debido al desconocimiento y a estudios iniciales con animales, donde se utilizaron dosis de isoflavonas demasiado altas. Hoy en día, sabemos que los ratones no metabolizan las isoflavonas de la misma forma que el ser humano, por lo que estos estudios dejan de ser relevantes para sacar conclusiones.

La evidencia más reciente nos deja claro que un consumo diario de soja es bueno para nuestra salud; en concreto, el punto óptimo parece estar entre 1 y 3 raciones diarias. ●

**Irene de Diego Tamayo**

Divulgadora Científica,  
Nutricionista y autora del libro  
*Las mentiras de la nutrición.*

@lamonasapiens  
<https://besapiens.net/>

### REFERENCIAS:

1. **Mueller, S. O., et al.** (2004). «Phytoestrogens and their human metabolites show distinct agonistic and antagonistic properties on estrogen receptor  $\alpha$  (ER $\alpha$ ) and ER $\beta$  in human cells», en *Toxicological Sciences*, 80(1), 14-25. Disponible en <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15084758/>.
2. **Boutas, I., et al.** (2022). «Soy isoflavones and breast cancer risk: A meta-analysis», en *In Vivo*: 36(2), 556-562. Disponible en <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8931889/>.
3. **Shu, X. O., et al.** (2009). «Soy food intake and breast cancer survival», en *Jama*, 302(22), 2437-2443. Disponible en <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19996398/>.
4. **EFSA ANS Panel.** (2015). «Risk assessment for peri- and post-menopausal women taking food supplements containing isolated isoflavones», en *Efsa Journal*: 13(10), 4246. Disponible en <https://www.efsa.europa.eu/en/efsajournal/pub/4246>.
5. **Chavarro, J. E., et al.** (2008). «Soy food and isoflavone intake in relation to semen quality parameters among men from an infertility clinic», en *Human reproduction*, 23(11): 2584-2590. Disponible en <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2721724/>.
6. **Martinez, J., y Lewi, J. E.** (2008). «An unusual case of gynecomastia associated with soy product consumption», en *Endocrine Practice*: 14(4), 415-418. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1530891X20433038>.
7. **Siepmann, T., et al.** (2011). «Hypogonadism and erectile dysfunction associated with soy product consumption», en *Nutrition*: 27(7-8), 859-862. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S089990071000359X>.
8. **Messina, M.** (2010). «Response to "Is This the Most Dangerous Food for Men?"». <<https://www.menshealth.com/health/a19525052/your-health-and-soy/>> [última consulta: diciembre de 2023].
9. **Messina, M.; Watanabe, S. y Setchell, K. D.** (2009). «Report on the 8th international symposium on the role of soy in health promotion and chronic disease prevention and treatment», en *The Journal of nutrition*: 139(4), 796S-802S. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022316622067311?via%3Dihub#bib22>.
10. **Reed, K. E., et al.** (2021). «Neither soy nor isoflavone intake affects male reproductive hormones: An expanded and updated meta-analysis of clinical studies», en *Reproductive Toxicology*: 100, 60-67. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0890623820302926?via%3Dihub>.
11. **Rozman, K. K., et al.** (2006). «NTP-CERHR Expert Panel Report on the reproductive and developmental toxicity of soy formula», en *Birth Defects Res B Dev Reprod Toxicol*: 77(4): 280-397. Disponible en <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2266894/>.

12. **Setchell, K. D., et al.** (2011). «Soy isoflavone phase II metabolism differs between rodents and humans: implications for the effect on breast cancer risk», en *The American Journal of Clinical Nutrition*: 94(5), 1284-1294. Disponible en <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21955647/>.
13. **Mueller, S. O., et al.** (2004). *Op. cit.*
14. **EFSA ANS Panel.** (2015). *Op. cit.*
15. **Otun, J., et al.** (2019). «Systematic review and meta-analysis on the effect of soy on thyroid function», en *Scientific reports*: 9(1), 3964. Disponible en <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6408586/>.
16. **Hevia-Larraín, V., et al.** (2021). «High-protein plant-based diet versus a protein-matched omnivorous diet to support resistance training adaptations: a comparison between habitual vegans and omnivores», en *Sports Medicine*: 51, 1317-1330. Disponible en <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33599941/>.
17. **Monteyne, A. J., et al.** (2023). «Vegan and Omnivorous High Protein Diets Support Comparable Daily Myofibrillar Protein Synthesis Rates and Skeletal Muscle Hypertrophy in Young Adults», en *The Journal of Nutrition*: 153(6), 1680-1695. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022316623126800>.
18. **Li, S. S., et al.** (2017). «Effect of plant protein on blood lipids: A systematic review and meta-analysis of randomized controlled trials», en *Journal of the American Heart Association*: 6(12), e006659. Disponible en <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29263032/>.
19. **Zhao, H., et al.** (2020). «Effects of plant protein and animal protein on lipid profile, body weight and body mass index on patients with hypercholesterolemia: A systematic review and meta-analysis», en *Acta Diabetologica*: 57, 1169-1180. Disponible en <https://link.springer.com/article/10.1007/s00592-020-01534-4>.
20. **Vigiouliou, E., et al.** (2015). «Effect of replacing animal protein with plant protein on glycemic control in diabetes: a systematic review and meta-analysis of randomized controlled trials», en *Nutrients*: 7(12), 9804-9824. Disponible en <https://www.mdpi.com/2072-6643/7/12/5509>.
21. **Huang, J., et al.** (2020). «Association between plant and animal protein intake and overall and cause-specific mortality», en *JAMA Internal Medicine*: 180(9), 1173-1184. Disponible en <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32658243/>.
22. **Qi, X. X. y Shen, P.** (2020). «Associations of dietary protein intake with all-cause, cardiovascular disease, and cancer mortality: A systematic review and meta-analysis of cohort studies», en *Nutrition, Metabolism and Cardiovascular Diseases*: 30(7), 1094-1105. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0939475320300909>.



## Porridge de avena

### Ingredientes

½ taza de copos gruesos de avena  
1 taza de leche vegetal (a elección y al gusto)  
1 cucharada de semillas de chía  
1 cucharadita de canela molida  
Frutas de temporada  
Frutos secos

**01** Ponemos los copos de avena con una cucharada de chía en un bol. Los cubrimos con la leche vegetal y dejamos en remojo durante toda una noche para que se hidraten y suelten su almidón, obteniendo la cremosidad típica del porridge.

**02** Antes de consumirlo la mañana siguiente, tan solo hay que agregar la canela y los *toppings* que tengamos a mano: fruta fresca de temporada o seca, granola, frutos secos, chips de coco, nibs de cacao, polen, crema de frutos secos...

@foodsandgoodsbcn

## Muffins salados de boniato

### Ingredientes

200 g de harina integral  
1 cucharadita de levadura química  
160 g de boniato cocido  
300 ml de leche vegetal  
30 ml de aceite de oliva  
50 g de espinacas frescas  
50 g de guisantes  
1 cucharada de comino molido  
Sal y pimienta

**01** Precalentamos el horno a 190 °C. Mientras se calienta el horno, mezclamos en un cuenco, con la ayuda de unas varillas de cocina, los ingredientes secos: la harina integral, la levadura química, la sal y la pimienta. Reservamos.

**02** Por otra lado, trituramos en un robot de cocina o licuadora 100 g de boniato ya cocido junto con la leche o bebida vegetal y el aceite de girasol, hasta conseguir un líquido homogéneo.

**03** Mezclamos el boniato con la harina y amasamos hasta obtener una masa uniforme. Añadimos las espinacas, los guisantes, los 60 g de boniato restantes cortados en daditos, y el comino molido. Mezclamos nuevamente.

**04** Repartimos la masa en moldes de muffins de silicona sin alcanzar la superficie. De utilizar moldes de acero, pintamos con aceite toda la superficie. Cocinamos durante 30 minutos y dejamos reposar otros 10 antes de desmoldar y disfrutar.

@foodsandgoodsbcn



# Tortilla de coditos de pasta

## Ingredientes

1 taza de pasta coditos cocidos  
 ½ taza de guisantes y de maíz amarillo  
 1 taza de harina de garbanzos  
 1 taza y 2 cucharadas de agua  
 Zumo y ralladura de limón  
 Cebolla en polvo  
 Sal y pimienta negra

En ocasiones es difícil calcular la cantidad exacta de alimentos que necesitamos, pero si sobra algo, siempre podemos darle una vuelta y crear un nuevo plato con el que solucionar una comida o una cena y, de paso, contribuir a la reducción del desperdicio de comida. Esta receta es ideal para aprovechar la pasta que nos haya sobrado de una preparación anterior.

**01** En un cuenco o bol mediano, mezclamos los coditos, los guisantes y el maíz amarillo. Condimentamos con la sal, la pimienta y la cebolla y reservamos.

**02** En otro recipiente, disolvemos la harina de garbanzos en el agua. Añadimos el limón para una mejor digestión y quitar el posible amargor de la harina. Esta mezcla hará la función de ligue para la tortilla. Mezclamos estos ingredientes hasta obtener una consistencia similar a la del huevo batido.

**03** Mezclamos las dos preparaciones anteriores y cocinamos a fuego medio-bajo en una sartén caliente a la que habremos añadido unas gotas de aceite de oliva. Doramos ambos lados de nuestra 'tortilla' durante unos 5 minutos aproximadamente.

@foodsandgoodsbcn

www.unionvegetariana.org

# Espaguetis con tempeh

## Ingredientes

400 g de espaguetis  
 Verduras de temporada o a elección: cebolla, pimiento verde, calabacín, zanahoria, cebolla de verde y/o guisantes frescos o congeladas  
 Tempeh  
 Aceite de oliva  
 Semillas de sésamo  
 Tomillo fresco o seco  
 Ajo en polvo  
 Sal y pimienta

**01** Lavamos las verduras y pelamos la zanahoria y la cebolla (no hace falta pelar el calabacín ni el pimiento verde). Las cortamos en juliana o en tiras lo más alargadas alargadas y finas posible. Para ello nos podemos ayudar con un pelador de verduras.

**02** Añadimos dos cucharadas de aceite de oliva a una sartén y cocinamos la cebolla. Cuando esté transparente, agregamos la zanahoria, el pimiento verde y posteriormente el calabacín. Dejamos rehogar por unos minutos y condimentamos con sal, pimienta y ajo granulado. Es importante no dejar que las verduras se pongan demasiado blandas, lo ideal de este plato es que queden 'al dente'. Reservamos.

**03** Cocemos la pasta siguiendo las instrucciones del paquete. Mientras se cuece, doramos el tempeh en la misma sartén de las verduras.

**04** Cuando el tempeh esté dorado, incorporamos a la sartén la pasta junto con las verduras y los guisantes. Agregamos dos cucharadas del agua de cocción de la pasta y salteamos durante un par de minutos. Terminamos con un poco de tomillo, semillas de sésamo y una cucharada generosa de aceite de oliva virgen extra. Servir inmediatamente y al momento de comer.

@foodsandgoodsbcn



www.unionvegetariana.org

Revista Vegetus, enero de 2024 23



PLANETA VEGANO

# Una tienda con alma antiespecista

Situada en el madrileño barrio de Lavapiés, desde hace 14 años se encuentra Planeta Vegano, la primera tienda de alimentación 100% vegetal que abrió en España.

Este rincón se ha convertido en todo un icono de resistencia y un espacio vegano seguro para aquellas personas que buscan no solo seguir una alimentación que respete la vida de los animales, sino también un trato amable, cercano, un local auténtico que rezuma las bases del movimiento antiespecista.

Mayte y Frytz están detrás del mostrador de esta tienda desde aquel primer día que abrieron con ilusión. Ella de profesión administrativa, dio el paso hacia el veganismo el 1 de enero de 2008. Él, diseñador gráfico y vegano «desde que me independicé intelectualmente de las imposiciones familiares, allá por 1987».

La idea de montar una tienda vegana a finales del 2009 (cuando esta comunidad era ínfima en este país), se forjó ante un momento de crisis económica mundial, donde esta pareja fue abocada al desempleo, decidiendo así emprender algo juntos.

«Queríamos que abarcara nuestro estilo de vida», recuerda Frytz. «Barajamos varias ideas y al final decidimos montar un espacio de encuentro, de difusión, en el que la gente afín, o quienes estuvieran interesados en el veganismo, pudieran adquirir productos sin sospecha y sin la necesidad de tener que perder tiempo leyendo o descifrando etiquetas».

A pesar de que no sabían por dónde empezar, pues en España no existían tiendas veganas ni tampoco pudieron copiar este modelo de negocio de otros países, ambos tomaron la valiente decisión de emprender.



Planeta Vegano: una tienda con alma especista

Especial

La gestión fue complicada al principio debido a la falta de proveedores y por la exhaustiva verificación de los productos veganos (por aquel entonces la certificación V-Label no estaba muy extendida). A ello había que sumarle el reto de disponer de una amplia gama de artículos con las pocas opciones que había en aquella época, pero lo solventaron buscando novedades en Italia, Suiza, Alemania y principalmente Reino Unido, «donde las sociedades eran más conscientes y con un historial de veganismo más largo que el que tímidamente crecía en España», comenta Frytz.

*La gestión fue complicada al principio debido a la falta de proveedores y por la exhaustiva verificación de los productos veganos*

La apertura llevó varias semanas de preparativos, organizando los productos por categorías en las estanterías con mucho mimo y cuidando cada detalle. Fue un miércoles a las 16:00 horas. Cuando llegó la hora de arrancar el papel que ocultaba el escaparate, un pequeño atisbo de terror se cruzó en sus mentes temiendo que el negocio no funcionara, que el veganismo no pudiera ser lo suficientemente rentable para hacer frente a los préstamos y a las deudas. El miedo al fracaso les invadió, pero esa misma tarde la caja





Planeta Vegano al inicio de su actividad comercial. La tienda se encuentra ubicada en la calle Ave María, número 34, de Madrid.

se cerró con 180 €, registrando en sus caras una gran sonrisa. El futuro de Planeta Vegano comenzaba a dar sus primeros pasos hacia un largo camino.

Desde ese 23 de diciembre de 2009 en el que Planeta Vegano vió la luz, han llovido muchas semanas, meses y años y, en consecuencia, el veganismo de antes no es el de ahora, ha cambiado. Y no solo en cuestión de productos sino también de actitud.

Frytz lo explica desde su propia perspectiva y experiencia. «Hoy día parece que lo que más mueve es el marketing para llegar a nuevos adeptos y perpetuar la explotación animal bajo el sofisma de una jaula más grande y del bienestar animal», a lo que añade: «no veo un atisbo ni de abolición ni de antiespecismo. Es una carrera desenfrenada por unos actores nuevos con mucho poder económico y que en su guion no apa-

**"Hoy día parece que lo que más mueve es el marketing para llegar a nuevos adeptos y perpetuar la explotación animal bajo el sofisma de una jaula más grande y del bienestar animal"**

recen los derechos de los animales, sino acaparar la atención del interesado en el veganismo para que acudan en masa a las estanterías de sus supermercados».

Y es que, hace más de una década, a pesar de que las variedades veganas se nutrían de una tímida oferta de embutidos, quesos o carnes vegetales —estando siempre presentes el tofu, el seitán y el tempeh y una selección de productos bio que casaban con la filosofía del lugar—, también «existían proyectos de personas entusiastas que en sus obradores y pequeñas fábricas elaboraban donuts, patés y hamburguesas, productos con los que además ayudaban a los animales», recuerda tristemente el propietario de Planeta Vegano. Pero «estas iniciativas desaparecieron en la cuesta de la indiferencia o por su baja rentabilidad».

Pese a que el veganismo ha ido ganando protagonismo con el paso de los años, viviendo ahora un momento de esplendor en lo que a visibilidad y variedad de productos se refiere, en comparación a los inicios y el presente de Planeta Vegano sigue habiendo desafíos, aunque con matices diferentes.

Para la pareja, en los primeros años era crucial satisfacer la demanda de esa pequeña comunidad de veganos que eran los muros de contención de la tienda y mantenerla en el tiempo. Sin embargo, la amenaza que se cierne hoy sobre el negocio son las grandes multinacionales que acaparan el veganismo y lo despojan

de todo su significado atrayendo a un nuevo público vegano, y no tan nuevo ni tan vegano.

Quienes anteponían los valores del veganismo a la hora de abrir una tienda vegana o quienes creaban pequeños obradores u otros negocios se podían catalogar como «una especie marginal» dentro del gran espectro económico. Ahora se han sumado al veganismo grandes capitales con infraestructuras muy poderosas que ven un nicho muy rentable a la hora de sacarle el jugo a sus propias infraestructuras y canales de venta, pero totalmente indiferentes al interés de los animales.

«Esto no hubiera ocurrido si el veganismo no hubiese tenido un crecimiento exponencial como resultado de una mayor concienciación sobre los problemas éticos y morales», recalca Frytz. Y es que,

gracias a internet, muchas personas han podido conocer la problemática que genera la industria de carne, no solo en los animales, sino también en materia de recursos, sostenibilidad y salud.

Ante este escenario, las grandes multinacionales han sabido cubrirse las espaldas y los grupos económicos, que son quienes mar-

**Ahora se suman al veganismo empresas con infraestructuras muy poderosas que ven un nicho muy rentable, pero totalmente indiferentes a los intereses de los animales**

can las tendencias, han puesto a la funcionar la maquinaria del marketing enfocada al *veganwashing* (lavado de imagen en relación al veganismo), lanzando a la venta nuevas alternativas vegetales a la carne.

Como activista, Frytz entiende esta situación como una estrategia, ya que «diversifican sus negocios para ganar más beneficios y adentrarse dentro del movimiento vegano para absorberlo y desmontarlo desde dentro, creando las directrices, las tendencias y las soluciones a problemas en los cuales ellos no están interesados o que perpetúan». De esta manera, el veganismo se desecha como una alternativa real y que, como él mismo recalca, «puede que termine absorbido, como ha pasado con otros movimientos, por las fauces del capitalismo salvaje».



## EL VEGANISMO CAMBIA Y LOS CLIENTES ¿TAMBIÉN?

Afirma Frytz que «cada momento histórico y económico tiene su propia identidad» y quizá el veganismo de antes giraba más entorno a la lucha antiespecista, y el de ahora persigue un acuciante interés económico con otras finalidades que quedan lejos de la lucha por los derechos animales.

Y, aunque el veganismo haya cambiado en esta última década, asegura sin ningún tipo de duda que siempre ha habido una constante en todos estos años en los que ha visto evolucionar el movimiento: «las mujeres han sido las más interesadas en adoptar el veganismo, además de la gente joven».

Una de las primeras clientas fue Anabel, vegana desde hace 22 años y asidua desde el primer día que Planeta Vegano abrió sus puertas.

Nacida en la capital de nuestro país, esta madrileña acudía a la tienda en busca de todo tipo de productos: cereales, legumbres, tofu, tempeh, bebidas vegetales, helados, «incluso zapatos» recuerda, «porque Frytz y May traían también calzado al principio». Además ella todavía se sorprende encontrando novedades que «no tiene nadie más».

*"Las grandes corporaciones se adentran en el mundo vegano para ganar más beneficios y desmontarlo desde dentro, creando soluciones a problemas en los cuales ellos no están interesados"*

Anabel halaga el gran trabajo de Frytz y Mayte, el orden, lo fácil que le resulta encontrar las cosas que busca dentro de la tienda y, sobre todo, ese espíritu activista que se respira en el aire y se refleja a través de fotos y frases sobre veganismo en las paredes de la tienda.

Anabel vive actualmente en las afueras de Madrid y para ella no es un problema la distancia; siempre busca un hueco para pasarse por la tienda, ya no solo a comprar aquello que necesita sino a «buscar la compañía de quienes son sus amigos desde hace ya bastantes años y con los que ahora forma parte de un proyecto de cosmética vegana», asegura.

Echando la vista atrás, Anabel recuerda cómo se percibía a las personas veganas hace unos años: «eramos raras y había un rechazo por parte de la sociedad hacia nosotras».



Ahora lo veo como una moda e incluso en muchas personas y organizaciones me parece superficial, noto que se ha reblandecido el discurso del abolicionismo y la liberación animal».

Sin dejar lugar a dudas, a ella le gusta que Planeta Vegano sea fiel a sus principios manteniéndose al margen de las tendencias, que sean «veganos y antiespecistas de verdad, de los que se preocupan por los animales».

## PLANETA VEGANO, UN BASTIÓN ANTIESPECISTA

Los emprendimientos veganos han sufrido el azote de la pandemia. Muchos de ellos conforme nacieron en este contexto histórico, murieron al poco tiempo de apatía. Otros, por insostenibilidad. Planeta Vegano vivió este momento con incertidumbre y su destino se bifurcó al lado opuesto de los más de medio centenar de tiendas y obradores que tuvieron que cerrar.

Las personas autónomas que están al frente de pequeños negocios no pueden competir con las reglas que rigen el gran sistema económico de la oferta y la demanda. Hay demasiados agujeros que tapar. «Sin ayudas estatales, sin financiación flexible, estamos abocados a desaparecer», confiesa Frytz. Y es que «no podemos vender a pérdidas para captar los clientes que se nos van entre los dedos. Estamos sujetos a las imposiciones de precios de un fabricante o distribuidor donde ya

*Que exista una pequeña comunidad que crea y apoye al pequeño comercio en realidad no es suficiente para que éste sobreviva*

rozamos un margen de beneficio muy bajo, que no cubre el precio de la energía que hay que pagar para mantener un producto congelado o la tienda fresca en verano».

Que exista una pequeña comunidad que crea y apoye el pequeño comercio no es suficiente para que éste sobreviva, y aunque los amigos y familiares estén ahí, «la gran mayoría de la gente no se desplaza hasta el centro de la ciudad para hacer la compra». Frytz entiende la facilidad de ir a por un queso, una leche vegetal y una pizza al supermercado del barrio o pueblo, «así es el mercado».

Ante este desasosiego que se agudiza conforme pasa el tiempo, quienes están detrás de Planeta Vegano siguen adelante. Se levantan cada mañana para pagar las deudas del banco, reponen sus productos para ser competitivos y atienden con una sonrisa a quienes visitan esta tienda cada día que, como un bastión del emprendimiento vegano y del movimiento antiespecista, se aferra a sus ideales, adaptándose como bien puede a los tiempos que le ha tocado vivir, como un ser vivo se aclimata al entorno cambiante.

Pase lo que pase con este proyecto que emprendieron con tanto amor lo aceptarán, porque para ellos «todo forma parte de un ciclo de vida, de muerte, del consiguiente olvido y en algunos casos, de excepcionales transformaciones».

Larga vida a Planeta Vegano. ●

**Laura Jiménez Orts**

Periodista y activista por los DDAA y responsable de comunicación de la UVE



## LA UNIÓN VEGETARIANA ESPAÑOLA SE ADHIERE A LA PLATAFORMA STOP GANADERÍA INDUSTRIAL POR EL FIN DE LAS MACROGRANJAS

Sumamos fuerzas para resistir a las instalaciones de macrogranjas en España.

La UVE se ha unido a Stop Ganadería Industrial en nuestro afán de apoyar el trabajo de otras instituciones, organizaciones y asociaciones, que persiguen objetivos afines a los nuestros, como es en este caso, acabar con la ganadería industrial.

Stop Ganadería Industrial trabaja a nivel nacional y está constituida por más de 70 movimientos vecinales, recibiendo el apoyo de otras organizaciones y asociaciones como ADDA, Ecologistas en Acción, Justicia Alimentaria o Greenpeace. Ahora, la Unión Vegetariana Española se suma a sus iniciativas apoyando las acciones que se lleven a cabo desde esta plataforma.

Actualmente existen aproximadamente más de 7.000 explotaciones industriales de gran tamaño en todo el estado español, donde

se crían millones de animales en malas condiciones y son sacrificados para el consumo humano. En consecuencia de esta explotación, los purines y desechos de estas instalaciones generan un impacto medioambiental extremadamente negativo, contaminando las aguas y la tierra y haciendo inviable la vida en los campos y pueblos.

Es por ello que la UVE pretende visibilizar y erradicar este problema que afecta tanto a los animales, al medioambiente y a la salud.

Si quieres unirte o apoyar este movimiento puedes encontrar más información en su página web ([www.stopganaderiaindustrial.org](http://www.stopganaderiaindustrial.org)), donde dispondrás de las últimas noticias, así como recursos válidos sobre informes, legislación, guías, conferencias, etc.



## DINAMARCA Y COREA DEL SUR, PIONEROS EN FOMENTAR LA ALIMENTACIÓN VEGETAL

Ambos países se convierten en los dos primeros países en desarrollar un plan de acción nacional para fomentar la alimentación vegetal



Dinamarca ha sido el primer país en dar el paso hacia una alimentación más saludable y sostenible creando el primer plan nacional de acción para los alimentos basados en vegetales. Además de centrarse en la educación y la concienciación de la importancia de las dietas saludables, uno de sus objetivos es convertirse en líder mundial en la producción de alimentos *plant-based* para el año 2030, expandiendo las empresas actuales y creando nuevas que proporcionen una amplia variedad de opciones *veg-friendly* para sus ciudadanos y visitantes.

En la misma línea pero apenas dos semanas después de anunciar Dinamarca sus propósitos, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Asuntos Rurales del Gobierno de Corea del Sur anunció la creación de un centro de investigación de proteínas vegetales, promocionando las exportaciones este tipo de productos y expandiendo el uso de productos agroalimentarios nacionales análogos de la carne.

## CONOCE BIOMS, LA APP QUE FACILITA UN CONSUMO MÁS SOSTENIBLE

La Unión Vegetariana Española se ha unido a Bioms, una aplicación gratuita que permite encontrar de una manera fácil y muy rápida marcas y productos que son realmente sostenibles, de proximidad, veganos y que además generan un impacto social positivo.

Bioms no va solo dirigida a aquellas personas que ya abrazan una manera de vivir y consumir más consciente y respetuosa con el planeta, también es perfecta para quienes se están iniciando y quieren mejorar sus hábitos de consumo, pero no saben muy bien por dónde empezar.

Dentro de Bioms encontrarás más de 400 marcas y negocios locales cuya actividad comercial abarca desde el turismo de proximidad a la moda sostenible, la restauración vegana (restaurantes, cafeterías, pastelerías...), hogar, belleza y salud (cosmética natural vegana y certificada, salud menstrual), tiendas a granel y *zero waste*, alimentación y bebidas ecológicas, así como asociaciones alineadas con esta forma de vida, apartado en el que se encuentra recientemente la UVE.

Además, la app se va llenando poco a poco de información de valor, por lo que también encontrarás: libros, tutoriales, recetas veganas, retos, entrevistas, actividades, charlas, consejos... En definitiva, contenido que permite mejorar nuestros hábitos de consumo, apoyar el producto local y de temporada y reducir nuestro impacto negativo en el planeta y los seres que lo habitan.

En Bioms también hay un espacio de cupones y descuentos exclusivos en las marcas que están dentro y un apartado de eventos donde se pueden encontrar actividades como limpieza de residuos, ferias veganas, charlas y presentaciones de libros, retiros de yoga y talleres de cocina vegana o de creación de jabones naturales.

### ¿QUIÉN HAY DETRÁS DE BIOMS?

Marc es marino de profesión y trabaja en el puerto de Barcelona asistiendo a las entradas y salidas de los barcos mercantes. Durante el confinamiento tuvo la suerte de avistar un

pequeño grupo de delfines mulares en una de las dársenas internas del puerto y aquello le cambió la vida. A partir de aquel encuentro empezó a cuestionarse muchos de sus hábitos de consumo, pues sintió que había una conexión directa entre aquel en-

cuentro y el impacto negativo que se generaba a partir de sus decisiones de consumo. Aquello le llevó a crear una herramienta que le permitiese dar luz y valor a una manera diferente de hacer las cosas, una manera más sostenible, justa y local. Así nació Bioms.

# Bioms

La app sobre consumo consciente, sostenible y de proximidad



- Turismo de proximidad.
- Alimentación ecológica.
- Restauración vegana y KMO.
  - Moda sostenible.
  - Tiendas a granel.
  - Hogar.
- Tiendas de segunda mano.
- Cosmética natural.
- Menstruación consciente...

¡Y mucho más!





## LA URGENTE TRANSFORMACIÓN DE LOS SISTEMAS ALIMENTARIOS EN LA COP28 DEL 'GREENWASHING'

A pesar de que esta edición de la COP28 (28ª Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático) prometía tener una mirada analítica hacia la importancia de poner en valor un sistema alimentario eficiente y sostenible y del impacto que la ganadería industrial tiene en el ecosistema. Sin embargo, las expectativas han sido demasiado altas para lo que finalmente ha acontecido sobre ello durante la cumbre que se celebró del 30 de noviembre al 12 de diciembre en Dubai.

Este año, una de las novedades que había cautivado a las asociaciones —tanto animalistas como medioambientales— era la oferta de menús veganos dentro de este evento sobre del clima.

La esperanza de tener una mirada más veggie en esta COP28 se ha visto socavada por el lobby ganadero. Su estrategia ha sido desinformar y echar balones fuera respecto al papel que esta industria tiene en el cambio climático. Un lavado de cara que además llevaba tras de sí un discurso pro-cárnico bajo la etiqueta de 'alimento sostenible', catalogando a las dietas basadas en vegetales como extremas y presionando para

que la carne esté en el centro del debate sobre seguridad alimentaria y la nutrición. A este alegato hay que sumarle la buena relación que existe entre gobiernos y empresas cárnicas y lácteas, que reciben grandes cantidades de dinero público en comparación con la industria plant based, y que así seguirá siendo.

Pero estas adversidades no han empañado del todo la cumbre que también ha dejado momentos de esperanza. El mensaje de que los sistemas agroalimentarios son la solución a la crisis climática, ha reverberado fuertemente por parte de organismos como la Organización para la Alimentación y la Agricultura

(FAO), que mostró una hoja de ruta con planes de acción a tres años. También la ONU presentaba esos días su «Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente», donde muestra la importancia de las alternativas a los productos animales convencionales para la sostenibilidad global.

Y por primera vez, 134 países firman una «Declaración sobre agricultura sostenible, sistemas alimentarios resilientes y acción climática», que les compromete a crear políticas dentro de sus planes nacionales sobre alimentación y agricultura para luchar contra el cambio climático y a aumentar su financiación.



Fotografía oficial de la Presidencia de Colombia en su intervención en la COP28. Foto: Mauricio Vélez (Wikimedia).

# VIII ENCUENTRO UNIÓN VEGETARIANA ESPAÑOLA

ALIMENTACIÓN  
SHOWCOOKINGS.  
DERECHOS ANIMALES  
MEDIOAMBIENTE

MAYO 2024  
COSTA DEL SOL

ORGANIZA:

uv'e  
Unión Vegetariana Española

# Radiografía de la población 'veggie' en España: disminuyen los flexitarianos, aumentan los vegetarianos

El cuarto estudio de *The Green Revolution* realizado por la consultora Lantern revela que en 2023 se ha frenado el avance de la comunidad *veggie*, una tendencia que iba al alza en los últimos años.

Desde 2017 se está analizando el fenómeno *veggie* en España. Las personas que siguen una alimentación vegana, vegetariana o flexitariana han llegado a alcanzar la máxima en nuestro país de 5,1 millones de personas en 2021.

Los datos que refleja la última encuesta de *The Green Revolution* realizada a más de un millar de personas mayores de edad durante 2023, confirman que actualmente la cifra total ha disminuido considerablemente, menguando hasta 600.000 *veggies*

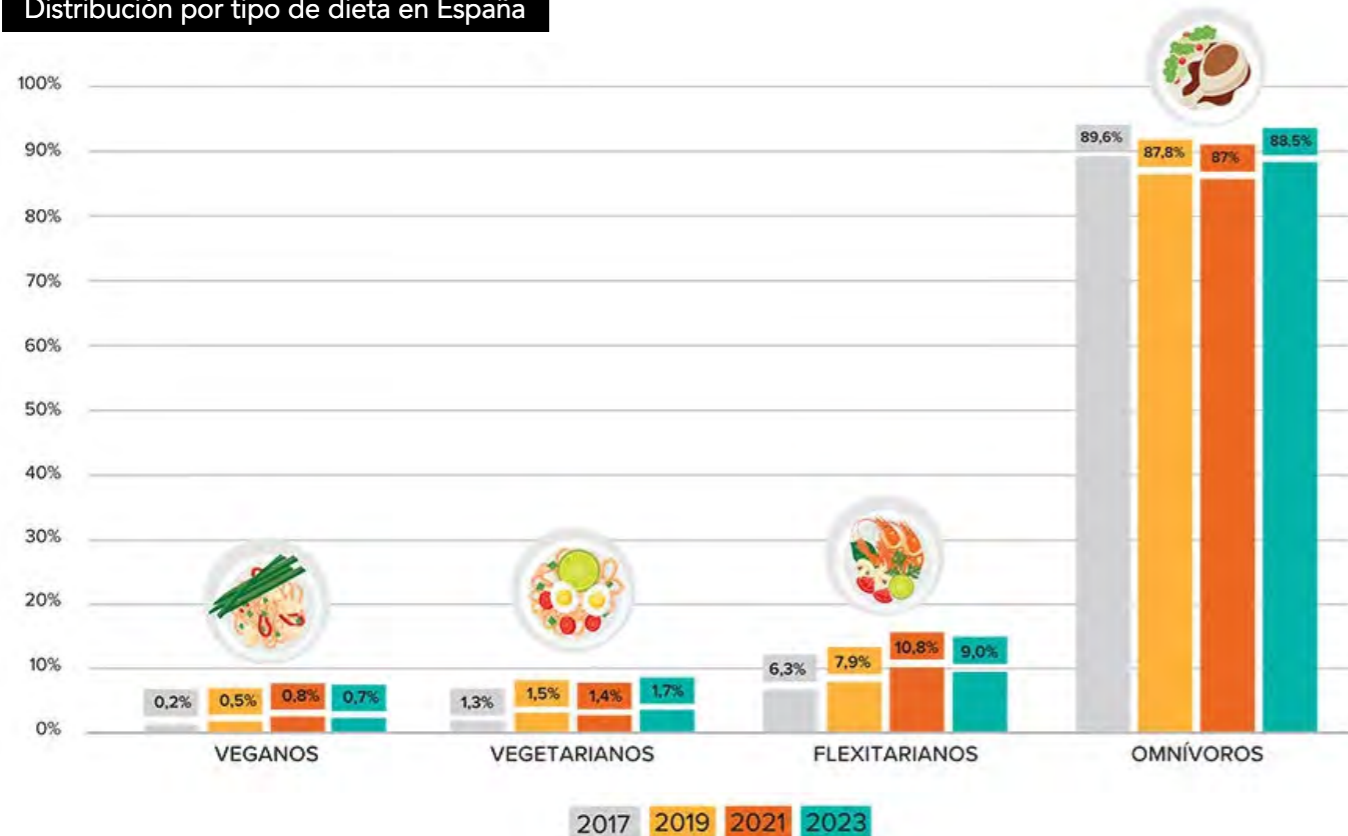
en la comunidad, concretamente el perfil flexitariano.

¿Los motivos? Parece que hay varias vertientes que han podido promover este abandono de una alimentación y un consumo más saludable. Una, la ya olvidada pandemia, y dos, unos productos *plant based* no del todo convincentes.

Dos años atrás la sociedad vivía la una resaca post pandémica que

**El movimiento 'veggie' ya alcanza el 11,4% de la población adulta española — un ligero descenso frente al 13% de 2021**

## Distribución por tipo de dieta en España



Estudio en base a 1.010 entrevistas con representación de población española por sexo, edad y área geográfica (margen de error del 3,2%). Realizado en mayo de 2023. Fuente: The Green Revolution 2023 (<https://www.lantern.es/papers/the-green-revolution-2023>).

propició que muchos ciudadanos y ciudadanas se plantearan una forma de consumo más consciente, tanto por la salud como por el impacto el planeta, lo que les condujo hacia una alimentación más vegetal.

Esto benefició la compra de alternativas vegetales a la carne y otros productos derivados de animales. Pero con el tiempo, muchos de esos artículos no han cubierto las expectativas de los consumidores, tanto a nivel sensitivo, nutricional y/o económico, volviendo de nuevo a lo «tradicional», aunque otros sí que siguen teniendo una tendencia ascendente, como son las bebidas vegetales y los sustitutos de los lácteos.

Igualmente, las circunstancias especiales de la Covid-19 han tenido un «efecto rebote» en la población, que parece que estaba ansiosa por volver a disfrutar de las cosas de siempre, incluida la comida.

Con todo ello hay que esperar si tras el retroceso, cabe la posibilidad de un efecto boomerang y volver a las cifras positivas de años anteriores.

## RADIOGRAFÍA DE LA POBLACIÓN 'VEGGIE' EN ESPAÑA

Según el informe, el análisis actual con el que nos encontramos es el siguiente:

En el 2023, el 11,4% de la población adulta se ha identificado como *veggie*, cifra que queda por debajo del 13% de 2021, lo que indica que en España hay 4,5 millones *veggies* mayores de 18 años, frente a los 6,1 millones que había dos años antes, perdiendo más de 600.000 consumidores.

Dentro de esta comunidad *veggie* encontramos un 9% de personas que se consideran flexitarianas, es decir, 3,5 millones. En 2021 el porcentaje alcanzó el 10,8% de la población.

Los flexitarianos representan en gran medida al consumidor *veggie* en España, mientras, el tándem vegetariano / vegano continúa creciendo de forma paulatina, pasando del 2,2% en 2021 al 2,4% en 2023.

Aquí cabe destacar que el único perfil *veggie* que ha crecido en comparación con 2021 ha sido el de los vegetarianos, que han aumentado un 20%, pasando de 550 mil a 670 mil,



**The Green Revolution**  
Edición 2023

representando a un 1,7% de la población adulta.

Los veganos, aunque no han sufrido un gran cambio, sí que han bajado en cifras, pasando del 0,8% de los adultos españoles en 2021 a ser el 0,7% en 2023, lo que se traduce a 276 mil personas.

Ahora, ellas vuelven a liderar la tendencia y es que una de cada ocho mujeres en España es *veggie* (13,2%) representando el 59% de la comunidad *veggie* y siendo hasta el 74% de la suma de vegetarianos y veganos.

Los hombres han pasado del 12,9% (2021) al 9,7% en 2023.

Respecto a la edad, lideran el rango las personas menores de 25 que representan el 16% de los consumidores *veggies*, a la par que lideran las dietas vegetarianas y veganas con un 4,8% y 1,9% respectivamente.

Un segundo colectivo a destacar es la población de entre 55 y 64 años, con un 13,0% de *veggies*.

Las motivaciones para seguir una alimentación más vegetal siguen siendo la salud, los animales y el planeta.

Para el colectivo flexitariano, la salud sigue siendo el principal motivo que les llevó a dar el paso hacia una dieta más saludable, quedando los animales y la sostenibilidad en segundo y tercer lugar.

En el caso de las personas vegetarianas y veganas ocurre al contrario: los animales son el principal argumento para seguir este estilo de vida, acompañado del impacto medioambiental. ●

No obstante, si observamos la evolución de los últimos años con una mayor perspectiva (desde los inicios del estudio en 2017), se puede ver que la comunidad *veggie* ha pasado de ser un 7,8% de la población española al 11,4% en 2023.

Una trayectoria que bien podría haber evolucionado hacia unas cifras más positivas, pero que siguen siendo buenas, y refuerzan la esperanza de que este 'efecto rebote', quede solo en una anécdota de cara al siguiente estudio fijado para 2025.

## PERFILANDO A LA COMUNIDAD 'VEGGIE'

¿Hay más hombres o mujeres *veggies* en nuestro país? ¿Qué edad es la más representativa? ¿Cuáles son sus motivaciones?

El informe también revela el perfil del consumir *veggie*. De nuevo, hay cambios respecto a la edición anterior donde tanto hombres como mujeres tenían una representación muy equitativa.

**Laura Jiménez Orts**

Periodista y activista por los DDAA y responsable de comunicación de la UVE



# CERTIFICACIONES

Contacto para certificaciones: [adm@unionvegetariana.org](mailto:adm@unionvegetariana.org)

productos aptos para veganos y vegetarianos

## GRAU NUTS CLASSICS



Grau Nuts lanza su nueva línea de productos de marca propia, denominada **Grau Nuts Classic**. Gracias a su nuevo laboratorio de I+D+i, Grau Nuts ha logrado nuevas formulaciones más avanzadas, de acuerdo con los requisitos cada vez más exigentes de los consumidores para consumir **productos saludables**.

Estas innovaciones responden a dos de los ejes de desarrollo de la empresa: **minimizar el impacto medioambiental de sus productos y envases**, y ofrecer **alternativas completamente naturales** que representen una "indulgencia saludable". La empresa se compromete a proporcionar productos que satisfagan a los consumidores conscientes de su salud.

Grau Nuts ofrece un **5% de descuento** en sus productos **a todos los socios de la UVE**.

[www.graunuts.com](http://www.graunuts.com)



VEGANO



## DELISEA PARFUM

# DELISEA

En Delisea apuestan por el empleo de **materias primas naturales de origen vegetal** y el respeto de los **valores y principios del veganismo**. Su misión es ofrecer una **alternativa a la perfumería tradicional**.

Su **packaging es 100% de papel reciclado**, las etiquetas se fabrican con un alto contenido en fibras recicladas y las tintas empleadas son ecológicas. Los tapones de madera de sus fragancias provienen de bosques gestionados de manera sostenible y la etiqueta de papel de semilla es biodegradable. ¡Puedes plantarla!

En Delisea están muy comprometidos con la sostenibilidad y el cuidado del Medio Ambiente, por eso **donan un 2% de todas tus compras a ANSE** (Asociación de Naturalistas del Sureste).

[www.deliseaparfum.com](http://www.deliseaparfum.com)



VEGANO



## NATURCUP ADVANCE

# naturcup

Naturcup Advance es una **copa menstrual de alta gama**, fabricada en sala blanca con silicona de uso médico, USP Class VI, libre de tintes y aditivos. Actualmente es **la copa con más capacidad del mercado** y la única con una garantía de adaptación de 6 meses y un programa de Acompañamiento Proactivo y Personalizado con el que **la usuaria está asesorada** y acompañada para que su **experiencia de uso sea totalmente satisfactoria**.

Naturcup Advance está **disponible en dos tallas**: talla 1 para mujeres menores de 30 años sin partos vaginales y talla 2 para mujeres con partos vaginales o con edad superior a 30 años.

Naturcup te ofrece una manera más cómoda, respetuosa y sostenible de vivir la menstruación.

[www.naturcup.com](http://www.naturcup.com)



VEGANO



**20% DTO.**

**APROVECHA EL SÚPERDESCUENTO POR SER SOCIO/A DE LA UVE**

**LA CARLETA**  
DELICATESSEN VEGANAS

**CÓD: UVE20**  
\*ENVÍO GRATIS MÍNIMO 60€

[WWW.CARLETANATURAL.COM](http://WWW.CARLETANATURAL.COM)

**naturcup**

**-10%**

[CLICK HERE](#)

UNA MANERA MÁS CÓMODA, RESPETUOSA Y SOSTENIBLE DE VIVIR LA MENSTRUACIÓN

[www.naturcup.com](http://www.naturcup.com)

**1 Panificadora SIN PFOA**  
**6 Mezclas BIO**  
**6 Sobre de Levadura BIO**

**15€ DTO.**  
\*COD.: VLABEL15

[www.mabaker.es](http://www.mabaker.es)  
\*No acumulable a otros descuentos

**PURE ORGANIC FARMING**

**MaBAKER**  
Pure bread, fresh & easy.

# Campeona, vegetariana y SIN COMPLEJOS



*Competir en casa siempre me pone mucho más nerviosa, porque siento que tengo que hacer una buena carrera*

**Alba Sanegre**, corredora *veggie*, subió al podio en la primera edición de Ultra Mediterrània (anteriormente conocida como Aitex Terra Trail), una experiencia que, como alcoyana, vivió con especial ilusión pues competía en casa, ganando en la categoría femenina Max.de 44 KM +2400p.s.

Desde bien pequeña, Alba ha estado ligada al mundo del deporte y la montaña gracias a su familia, pues sus abuelos participaron en la fundación del Centro Excursionista de Alcoy, su padre es un apasionado del ciclismo y su hermano es profesor de esquí.

Baloncesto, baile, patinaje artístico y triatlón han sido algunas de las disciplinas deportivas

que han llamado su atención desde pequeña. En 2016 comenzó el gusto por la montaña, pero no fue hasta 2020 cuando empezó a tomárselo en serio. Ahora, a sus 24 años, el *trail* es su vida, y aunque el entrenamiento ocupa gran

parte de su tiempo libre, también desconecta con una buena lectura y con el *true crime*.

Graduada en Gastronomía y especializada en Nutrición y Salud por la UOC, Alba dedicó su Trabajo de Fin de Máster a la influencia de la dieta vegana y vegetariana en los deportes



>>> Fue mi primera carrera de la temporada y entré a meta llorando, no te digo más. Competir en casa siempre me pone mucho más nerviosa que en un nacional en Galicia o en Cataluña, siento que tengo que hacer una buena carrera y dedicársela a mi familia, sobre todo a mi abuela.

>>> Fue una maratón muy especial, ya que era lineal. La salida era en Muro de Alcoy (dónde vive mi pareja) y la meta en mi casa (Alcoy), por lo que unía mis dos residencias. Recuerdo que hacía mucho frío y un día muy bonito. Cuando llegué a Cocentaina todo el pueblo me animó como si fuese una élite y la entrada a meta en 5:09 h para mí fue espectacular. Pude ir de menos a más y disfrutar la carrera con ese punto de sufrimiento que me gusta.

>>> Alba, ¿qué tienen para ti las carreras de montaña que las hacen especiales frente a otras competiciones?

>>> El trail te ofrece poder moverte de una montaña a otra viendo lugares diferentes y escuchando literalmente el silencio de la naturaleza, algo que en mi opinión es más distraído mentalmente y más bonito. Las carreras de asfalto me han parecido siempre muy aburridas, miras hacia delante y lo único que ves son edificios y carreteras. >>> Una de las cosas que más me gusta es ver las cabras o los arruís en la montaña. Cuando me las encuentro es necesario parar y ver cómo se adentran en el bosque, me parece algo espectacular.

>>> El trail tiene una conexión con la naturaleza muy fuerte, te hace ver lugares espectaculares, animales en todo su esplendor, y te hace desconectar y ver hasta dónde puedes llegar. Hacer trail es mi terapia favorita.

>>> Y siendo corredora *veggie*, ¿cómo te preparas nutricionalmente para estas competiciones?

>>> Tengo unas pautas muy marcadas y es que siempre como lo mismo. No hay mucha diferencia entre una corredora vegetariana y una convencional, ni es más difícil, como dicen algunas personas.

>>> La noche de antes de la carrera priorizo mi alimentación de carbohidratos, arroz o patata hervida, con soja texturizada o huevo hervido y un poco de tomate triturado. De postre

de resistencia. Como atleta vegetariana, nos explicará el secreto de su éxito, cómo vive las competiciones y cuál es su rutina de preparación.

>>> ¿Qué te supone empezar la temporada en tu tierra con la Ultra Mediterrània? ¿Cómo te estás preparando para la próxima prueba? ¿Esperas volver a ganar?

>>> Pues lo preparo con muchas ganas e ilusión al empezar en casa. Este año enfoco mi temporada a carreras más cortas (por recomendación de mi

entrenador, Rafa Flores), así que mi idea es competir el kilómetro vertical el viernes y el sábado la 24 km. Las semanas que quedan hasta la competición vamos a meter más intensidad para coger velocidad y resistencia.

>>> Espero poder hacer una buena posición en las dos competiciones y repetir el triunfo del año pasado.

>>> Tu participación en 2023 en la categoría Max. de 44 KM +2400p te llevó hacia el primer puesto. ¿Cómo fue esa experiencia para ti?

Fermin Calvo 📷



me como un vaso de yogur de coco con una cucharada de sirope de agave y después me tomo un vaso de Nitro (remolacha concentrada).

>>> A la mañana siguiente desayuno dos horas antes de la competición y me como un porridge de avena (copos de avena, bebida de avena, dátiles, plátano, sirope de agave) y después otra vez un vaso de Nitro.

>>> Durante la carrera voy con geles e isotónicos de 226ERS, ya que apuestan por muchos productos veganos.

>>> **¿Cuáles son tus fuentes principales de proteínas y otros nutrientes esenciales para el trail running?**

>>> Mis fuentes principales de proteína

vegetal son las legumbres y la soja texturizada, ya que son económicas y fáciles de cocinar. Mi alimentación es vegetariana por lo que alguna vez tomo huevo como proteína. En cuanto a nutrientes esenciales, llevo un control en base a analíticas y los únicos que necesito suplementar son la vitamina B12 y la vitamina D.

>>> Sobre micronutrientes, los puedo sacar perfectamente de una alimentación basada en plantas, pues existen alimentos ricos en hierro como las legumbres o la soja, y también existen alimentos vegetales ricos en calcio, ya sean bebidas fortificadas o en vegetales de hoja verde (acelga), crucíferas (brócoli) o legumbres.

>>> Mi recomendación es hacerse analíticas y consultar a un nutricionista en caso de déficits, pero está demostrado por varios estudios que seguir una dieta basada en plantas no aporta ninguna carencia y la única suplementación que necesitas es la B12.

>>> **¿Cómo son los días previos a la carrera, tanto a nivel nutricional como mental?**

>>> A nivel mental, siempre son de nervios. Al principio pensaba que los nervios se me pasarían con la experiencia, pero me he dado cuenta que el día que deje de tener nervios es que no me importará y por ende dejaré

de competir. Obviamente hay que controlar esos nervios, pero son un push a la hora de ponerse un dorsal, lo que yo misma llamo «la magia del dorsal».

>>> Mi pareja consume carne y yo no. Los dos nos preparamos de forma parecida pero sustituyendo la proteína. Para prepararse una carrera lo principal es llevar un estilo de vida saludable, no tomar alcohol, no comer ultraprocesados, basar tu alimentación en una comida real, etc.

>>> Los días previos a una competición bajamos la cantidad de fibra para que las digestiones no sean tan pesadas y evitamos cualquier tipo de salsa o condimento y repetimos lo que

sabemos que nos va bien antes de una carrera. Pero no hay ninguna diferencia complicada o diferente entre una persona vegetariana/vegana a una omnívora como se cree.

>>> **Durante la carrera, ¿qué opciones de alimentos veganos eliges para largas distancias?**

>>> Yo intento llevar siempre lo que sé que me sienta bien, como los High Energy de 226ERS y en el soft flask bebida isotónica o una mezcla de maltodextrina, fructosa y sal. Obviamente cuando es una carrera muy larga intento coger opciones de alimentos reales, ya que mi estómago lo agradece.

>>> De los avituallamientos siempre como lo que sé que me sienta bien, nunca experimento. Por ejemplo: membrillo, plátano, dátiles, frutos secos o sandwiches veganos que proporcione la carrera. En caso contrario en mi casa me preparo sandwiches de Nocilla vegana (avellanas, bebida de avena, dátiles y cacao) o de mermelada y se los doy a personas que me los puedan entregar en los puntos de avituallamiento o en bolsas de vida.

>>> **¿Has experimentado alguna dificultad en encontrar opciones de alimentación vegana durante tus carreras o eventos de trail (incluido el Ultra Mediterrània)?**



>>> Durante la carrera intento ir con autosuficiencia y si cojo algo de los avituallamientos, son dátiles o membrillo, que por suerte suelen estar disponibles en todas las carreras. Pero en los avituallamientos finales no suele haber muchas opciones veganas o vegetarianas. Sí que hay bocadillos con embutido, cocas dulces y cerveza, pero alimentos veganos y vegetarianos cuesta verlos.

>>> En el Ultra Mediterránea sí que había opciones y la verdad es que se agradece. Este año, por ejemplo en el Costa Blanca Trail también pondrán

avituallamientos con opciones vegetarianas y creo que es una tendencia que cada vez será mayor, por lo que todas las organizaciones de las carreras deberían poner no solo opciones vegetarianas, sino también veganas, para que todos y todas podamos comer y disfrutar de la carrera.

>>> Al final todos los corredores pagan una inscripción y a todos se les debería tener en cuenta.

>>> Y con los compañeros y compañeras corredoras, ¿has tenido que desmitificar posibles preocupaciones sobre la obtención de nutrientes ade-

*“Reconocer que soy atleta vegetariana es algo que me cuesta decir. Tengo como tarea empezar a que me dé igual la opinión de la gente”*

**cuados cuando has dado a conocer tu estilo de vida?**

>>> La verdad, es algo que me cuesta decir, ya que cuando lo hago empiezan a juzgarme y a opinar. Tengo como tarea empezar a que me dé igual la opinión de la gente. Si la población en general, cuando dices que sigues una dieta basada en plantas ya te miran raro, en el mundo deportivo todavía más.

>>> Hay muchos mitos entorno a este tipo de alimentación y el deporte: «se lesiona porque solo come vegetales», «ha perdido peso porque solo come vegetales», «comiendo así no puedes competir»... Cuando dices que sigues una dieta basada en plantas, la gente piensa que te alimentas a base de lechuga y no es así. Hay estudios científicos que, aparte de mejorar tu salud general, demuestran que en lo deportivo puedes llegar a aumentar tu rendimiento y a prevenir lesiones.

>>> Un ejemplo que pongo siempre es que el mejor corredor del mundo, Kilian Jornet, y su mujer, también corredora de élite, Emilie Fosberg, son vegetarianos y están al más alto nivel deportivo.

**>>> ¿Tienes algún consejo para corredores que estén considerando hacer la transición a una dieta vegana?**

>>> Que no tengan miedo, que si de verdad es lo que les mueve, que no lo duden. Que empiecen de forma progresiva y aprendiendo a cocinar recetas. Siempre recomiendo empezar con profesionales de la nutrición, para que no existan déficits y lo hagan de forma segura y bien planteada. Y sobre todo, que hagan oídos sordos a lo que opine la gente y que disfruten de este estilo de vida. ●

**Laura Jiménez Orts**

Periodista y activista por los DDAA y responsable de comunicación de la UVE

[www.unionvegetariana.org](http://www.unionvegetariana.org)

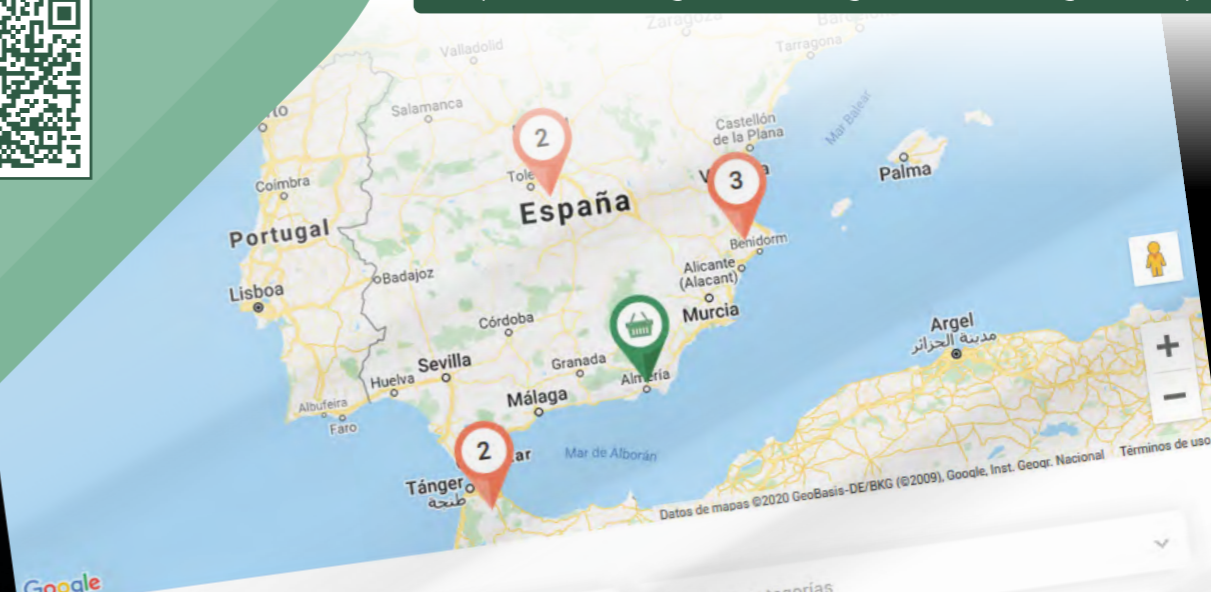
# UVE

Unión Vegetariana Española



## NUEVO BUSCADOR veggie

<https://unionvegetariana.org/buscador-negocios/vplaces/>



Encuentra todo tipo de productos y servicios para veganos y vegetarianos en un único lugar.

### PIDE EL SELLO RECOMENDADO UVE EN TU ESTABLECIMIENTO



Si quieres conseguir el sello recomendado por la UVE para tu establecimiento o servicio profesional, puedes enviar un e-mail a [gestion@unionvegetariana.org](mailto:gestion@unionvegetariana.org)

Consigue tu distintivo  
de establecimiento recomendado por

u've

Unión  
Vegetariana  
Española



Identifica tu establecimiento como vegano o vegetariano  
con el respaldo de la Unión Vegetariana.



#unionvegetarianaespañola  
[www.unionvegetariana.org](http://www.unionvegetariana.org)