

#LoReconozco

Campaña de sensibilización sobre **desayunos y meriendas saludables**

1. La realidad: obesidad infantil y alimentación

Según datos de **PASOS 2019**, estudio representativo de la **Gasol Foundation** que evalúa el sedentarismo, los estilos de vida y la obesidad de los **niñ@s de entre 8 y 16 años**:

- **1 de cada 3 niños/as sufre sobrepeso u obesidad,**
- La obesidad infantil afecta especialmente a la población en situación de vulnerabilidad económica.
- Un **31,7%** declara **desayunar bollería industrial** habitualmente.

Según el estudio **ALADINO 2019** llevado a cabo por **AESAN** (Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición) en **niñ@s de entre 6 a 9 años** residentes en España:

- La tendencia a no desayunar era más acentuada en aquellos niños y niñas que presentaban sobrepeso y obesidad
- Solo el 18,7% de niños y el 21,5% de niñas incluye fruta fresca en los desayunos.

2. El objetivo

Crear una mayor **concienciación** sobre la importancia de cambiar los hábitos de alimentación para que los desayunos y meriendas entre las familias en España sean saludables.

Esta es una acción dirigida a los **padres y madres**, cuya implicación en la alimentación de sus hijos es fundamental para cambiar los hábitos de la familia.



MINISTERIO
DE CONSUMO



3. La campaña: #LoReconozco

Vamos a crear una acción de comunicación basada en **conectar** directamente con las diferentes actitudes que tienen los padres ante los desayunos y meriendas de sus hijos. Para ello, haremos uso del **humor**, dándoles la oportunidad de reírse de ellos mismos al verse identificados/as. Nuestro objetivo es que **pasen a la acción**.

¿Cómo?

A través de la creación de un **grupo de apoyo familiar** para dar consejos y orientar a las familias hacia una alimentación más saludable.

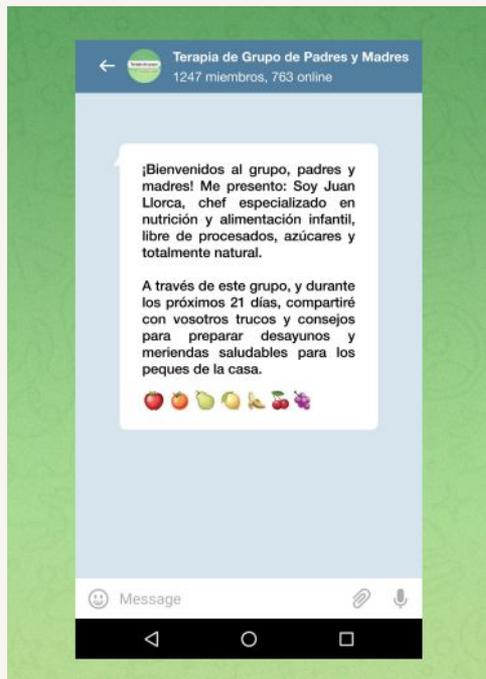


3. La campaña: #LoReconozco

El elemento principal de la campaña será un vídeo, que se integrará en una **estrategia de comunicación** integral:

- Publicidad exterior
- Redes Sociales
- Divulgadores

Además, una parte fundamental de #LoReconozco será un **grupo de Telegram** en el que la fundación compartirá información y consejos con los padres y madres, a modo de plan para el cambio de hábitos en 16 días.



4. El vídeo: grupo de apoyo familiar

Una de las piezas de comunicación principales es un **vídeo** en tono de **humor**.

Veremos un grupo de padres y madres sentados en círculo. Están asistiendo a una terapia con un moderador en el centro. Es de noche y el espacio, aunque diáfano, tiene un aire que respira cierta **clandestinidad**. Los padres han acudido allí cuando los niños ya están durmiendo. Su actitud destila cierta pesadumbre, cierto reparo. También necesidad de que alguien les muestre la luz al final del túnel.



5. ¿Cómo apoyar la difusión de #LoReconozco?

1

Difundiendo la campaña a través de vuestras **redes sociales**:

- ❖ Os animamos a compartir la **web** de la campaña: [LoReconozco.com](https://www.loreconozco.com)
- ❖ También podéis compartir el vídeo promocional de la campaña: https://youtu.be/tP_0qXuBgWo
- ❖ Hashtag: **#LoReconozco**. Menciones: @GasolFoundation y @consumogob

2

Difundiendo la campaña a través de vuestra **newsletter** o **portal web**.

3

Usando alguno de los **pósters de campaña** en vuestras instalaciones. Puedes acceder a los materiales aquí: [LINK](#).

4

Haciendo difusión, a nivel interno, entre vuestra **comunidad y empleados**, para que se sumen a este movimiento saludable y se unan al “grupo de apoyo a familias por unos desayunos y meriendas saludables” en Telegram.



6. ¿Por qué unirse a nuestro grupo de apoyo para una alimentación saludable?

- ❖ **Participando en esta campaña de sensibilización, liderada por la Gasol Foundation,** estaréis contribuyendo a la promoción de la salud infantil, inspirando a muchos padres y madres a seguir un estilo de vida saludable y a fomentarlo dentro del hogar.
- ❖ **Por reforzar el compromiso por la salud infantil:** como aliados saludables, ya formáis parte de la misión de prevención de la obesidad infantil y reducción de desigualdades sociales en salud de la Gasol Foundation.
- ❖ **Por la visibilidad a nivel nacional:** la campaña tendrá un gran alcance en todo el territorio, con difusión en soportes offline, en medios digitales y con la participación de personajes reconocidos como el chef Juan Llorca y la dietista nutricionista Gabriela Uriarte.
- ❖ **Para pasarlo en grande:** la campaña se basa en el humor, siguiendo nuestro lema *Make it Healthy, Make it Fun!*, por lo que es una manera ideal de fomentar hábitos saludables entre nuestra comunidad de forma divertida

7. Promotores de la campaña



El Ministerio de consumo y la Gasol Foundation han establecido una alianza para promover hábitos de alimentación saludables y luchar contra la obesidad infantil en nuestro país.

En este caso, la alianza se materializa en esta campaña para promover hábitos de alimentación saludables en desayunos y meriendas.



#LoReconocemos, nos encantaría que os unierais a este movimiento saludable para que más niños y niñas puedan crecer sanos/as.



MINISTERIO
DE CONSUMO

