

CAMPAÑA 2015



Organiza



Colabora





1- La alimentación infantil nos preocupa

- El índice de obesidad infantil se ha disparado de forma vertiginosa. **En España esta se ha triplicado en los últimos 30 años** hasta situarse en una tasa del 19%.
- Existen numerosos estudios que sustentan la relación entre el sedentarismo y la obesidad.
- Según numerosos informes, **el 20% de nuestros adolescentes presenta riesgo cardiovascular originado por el sedentarismo.**

Organiza



Colabora





1- La alimentación infantil nos preocupa

España se ha situado por delante de EEUU en obesidad infantil, con un 19% de niños obesos en este país frente al 16% de los estadounidenses.

El tipo de sociedad en que vivimos, la rapidez que necesitamos para comer, con padres y madres que trabajan, nos ha llevado hacia ello. El cuadro se completa con **un sedentarismo cada vez mayor.**

Organiza



Colabora





2.- La merienda: una comida muy importante

La merienda es una ingesta que aparentemente es considerada exclusiva de los escolares y no se le concede la importancia que realmente se merece. Sin embargo, esta ingesta vespertina supone un aporte nutritivo durante un intervalo de tiempo, que transcurre entre la comida del mediodía y la cena, y que puede resultar demasiado amplio.

Organiza



Colabora





3- Las ventajas de merendar

La merienda debería representar el 15 por ciento del aporte **energético total diario**, mientras que el desayuno debería suponer el 20 por ciento, la comida el 40 por ciento, y la cena, el 25 por ciento restante.

DESAYUNO	COMIDA	MERIENDA	CENA
----------	--------	----------	------

Organiza



Colabora





4- Una buena merienda

Una opción saludable puede ser un combinado de alimentos representativos de estos tres grupos, por ejemplo, un vaso de leche acompañado de una fruta o cereales, pan con chocolate y una fruta. O bien, también resulta muy aconsejable tomar un yogur y frutos secos o un bocadillo de jamón o queso.



Organiza



Colabora





5- Un bocata en tu mochila

Visto el panorama debemos ponernos en acción y por ello **SUPERMERCADOS BM junto con varias empresas navarras** se unen para crear una campaña educativa y de concienciación sobre lo importante que es el bocata tradicional para una merienda sana.

Demostraremos que hacer un buen bocata con ingredientes naturales nos lleva el mismo que comprar un producto de bollería industrial.

Concienciar a los padres haciéndoles recordar como merendaban ellos.

Organiza



Colabora





6- Estrategia de la campaña Presentación

Se iniciará la campaña con una presentación de ésta a los medios. En esta presentación se comunicará todos los actos y aspectos de la campaña.

Hablaremos de la situación nutricional infantil y de la merienda. Será en formato rueda de prensa y al final se repartirán bocadillos a los asistentes.

Organiza



Colabora





6- Estrategia de la campaña Colegios

Serán 10 los colegios de Navarra a los que visitaremos de nuevo en la segunda edición de la campaña.

A la salida del colegio prepararemos un stand en donde se repartirán los bocadillos.

En cada colegio se repartirán un número a determinar de bocadillos que irán en una funda especial de papel con la serigrafía de la campaña y los logos de los colaboradores.

Organiza



Colabora





6- Estrategia de la campaña Colegios

En cada colegio se convocará a los medios que deseen acudir a cubrir el acto aunque la primera convocatoria será la más importante.

Se repartirán folletos a todos los alumnos para ser entregados a los padres.

Se realizará una encuesta con dos clases para conocer los hábitos en la merienda y hacer posteriormente un estudio que se presentará a la prensa así como a los centros educativos colaboradores.

Organiza



Colabora





6- Estrategia de la campaña Colegios

Timing de la campaña: (Primera parte)

30 de abril: Presentación a medios

7 de mayo: Primer reparto en colegio

15 de mayo: Segundo reparto en colegio

21 de mayo: Tercer reparto en colegio

28 de mayo: Cuarto reparto en colegios

Se realizará un parón en los meses de verano para continuar en octubre.

Organiza



Colabora





6- Estrategia de la campaña Colegios

Timing de la campaña: (Segunda parte)

1 de octubre: Quinto reparto en colegio

8 de octubre : Sexto reparto en colegio

15 de octubre : Séptimo reparto en colegio

22 de octubre : Octavo reparto en colegio

29 de octubre : Noveno reparto en colegio

5 de noviembre: Décimo reparto en colegios

Al finalizar la campaña en el mes de noviembre se dará a conocer el estudio realizado en los colegios.

Organiza



Colabora





6- Estrategia de la campaña Doctora

Es importante tener el apoyo de una persona experta en nutrición o un pediatra que certifique lo que está ocurriendo con la alimentación y que suministre datos que consoliden nuestra acción. Contamos con la doctora Arantza López-Ocaña la cual podrá tener también una colaboración activa mediante su presencia en rueda de prensa y apariciones en web, facebook, twitter, etc.

Organiza



Colabora





6- Estrategia de la campaña Web

La campaña dispone de una web propia que alberga todo el material gráfico e informativo.

En ella se muestra toda la campaña con el calendario de actos y la participación de los colaboradores y público en general.

Consejos nutricionales en la merienda, vídeos, recetas, etc. Aparecerán las empresas colaboradoras con su espacio vinculado a las webs de éstas.

La web: www.unbocataentumochila.com

Organiza



Colabora





6- Estrategia de la campaña Redes Sociales

Se esta presente en las redes sociales. Tanto en Facebook como en Twitter.

Allí también se cuelga material gráfico y multimedia, recetas, entrevistas, etc.



Organiza



Colabora





7- Repercusión en prensa

Algunos ejemplos de apariciones en prensa:



Organiza



Colabora





¡SÚMATE A NUESTRA CAMPAÑA!

Organiza



Colabora

