

Fundación ANAR y CBRE impulsan ‘Quédate un rato’, una campaña de sensibilización sobre salud mental juvenil

Datum 9.10.2026

Subjekt Fundación ANAR

Region Španělsko

Kategorie Média, reklama a PR, Zdravotnictví a nemocnice, Sociální služby

Con motivo del Día Mundial de la Salud Mental, el 10 de octubre, Fundación ANAR y CBRE han puesto en marcha ‘Quédate un rato’, una campaña que busca sensibilizar sobre la salud mental de niños, niñas y adolescentes y promover la escucha, la presencia y los vínculos reales como herramientas de bienestar emocional.

La iniciativa nace con el objetivo de fomentar la reflexión sobre la importancia de la atención plena y de dedicar tiempo de calidad a las personas que nos rodean. Bajo el lema “Quédate un rato”, la acción pone el foco en el valor de la presencia real y en la necesidad de recuperar momentos para conversar, escuchar y compartir, además de la importancia de servicios como las Líneas de Ayuda ANAR para aquellas personas que lo necesiten.

La salud mental de niños, niñas y adolescentes se ha convertido en una de las principales preocupaciones sociales; según datos de Fundación ANAR, el 51,8% de las consultas realizadas por los propios menores de edad a la entidad están relacionadas con problemas de salud mental. ANAR ha detectado, además, que el uso inadecuado de la tecnología está presente en el 63,3% de los casos atendidos relacionados con salud mental.

Cuando no existan o no se encuentren esos momentos de escucha o, como personas adultas, tengamos dudas sobre cómo gestionar un problema con un/a menor de edad, Fundación ANAR, a través de sus Líneas de Ayuda (Teléfono, Email y Chat), ofrece orientación psicológica, social y jurídica de forma confidencial, anónima y gratuita, las 24 horas del día, todos los días del año. Escuchar y acompañar es fundamental para evitar que un problema vaya a más, para encontrar la mejor solución posible y actuar de forma preventiva. Por ello, Fundación ANAR recuerda la importancia de generar espacios abiertos al diálogo en el seno de la familia y los entornos seguros del/de la menor de edad.

La campaña en España estará presente en 27 centros comerciales y 8 edificios de oficinas gestionados por CBRE, llegando a 52 activos en Iberia, mediante diferentes soportes informativos y elementos visuales que trasladarán este mensaje a visitantes y usuarios. De este modo, estos encontrarán diferentes soportes gráficos distribuidos por el centro comercial con mensajes y datos que invitan a detenerse unos minutos, compartir momentos cotidianos con familiares o amigos y reflexionar sobre la importancia de dedicar tiempo y atención a las relaciones personales.

El proyecto, que forma parte de «Caring for Communities», el programa de impacto social de CBRE Property Management, se orienta a generar un impacto positivo y medible en las comunidades, sensibilizando tanto a adolescentes como a familias, amigos y adultos de referencia desde una perspectiva positiva, alejada de mensajes alarmistas o culpabilizadores.

<https://www.anar.org/actualidad/noticias/fundacion-anar-y-cbre-impulsan-quedate-un-rato-una-campa-ana-de-sensibilizacion-sobre-salud-mental-juvenil>