

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

Datum 9.10.2026

Subjekt Fundación ANAR

Region Spanien

Kategorie Medien, Werbung und PR, Gesundheitswesen und Krankenhäuser, Soziale Dienste

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>