



GESTIÓN DE CRISIS IARC – OMS

25 DE ENERO DE 2016

Trabajo realizado en fase 1

- ✓ Estrategia de actuación
- ✓ Protocolo Implementado
- ✓ Medidas extraordinarias
- ✓ Redacción y envío de documento a sociedades científicas
- ✓ Gestiones realizadas
- ✓ Declaraciones de sociedades científicas
- ✓ Noticias aparecidas en los medios
- ✓ Intervenciones en los medios
- ✓ Impactos y Clipping

Propuesta de trabajo a medio plazo

Fase 2

- Análisis de los estudios científicos referenciados en el resumen de las evaluaciones de la IARC
- Identificación y análisis de los estudios científicos de los últimos 5 años
- Redacción y envío de documento a profesionales de la salud
- Mantenimiento del Gabinete de coordinación de Crisis unificado frente a IARC (enero – junio)
- Video infográfico: elaboración y plan de difusión
- Workshop: instituciones, expertos, medios de comunicación y sector

Fase 3

- Estudio de Palabras clave + Desarrollo web
- Desarrollo de contenidos SEO + Estrategia SEM + Evangelización

Trabajo realizado en Fase I

Estrategia de actuación



Trabajo realizado en Fase I

Protocolo de actuación implementado

- 1** Adaptación y envío del Comunicado de Prensa a todos los medios de comunicación a nivel nacional.
- 2** Elaboración de un documento con los argumentos científicos en defensa del sector y envío a expertos especialistas en oncología, nutrición, pediatría, medicina de familia y comunitaria líderes de opinión.
- 3** Gestión de las solicitudes de los periodistas poniéndoles en contacto con expertos en salud y nutrición, para su intervención en los medios de comunicación. Los expertos que han colaborado son:
 - Dra. Carmen Vidal Carou**, Catedrática de Nutrición y Bromatología de la Universidad de Barcelona,
 - Dr. Abel Mariné**, Catedrático Emérito de Nutrición y Bromatología de la Facultad de Farmacia de la Universidad de Barcelona,
 - Dra. Carmen Gómez Candela**, Jefe de la Unidad de Nutrición Clínica y Dietética del Hospital Universitario La Paz.
 - Dr. Antonio Villarino**, Presidente de la Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación (SEDCA). Doctor en Ciencias Químicas. Catedrático de Bioquímica de la Universidad Complutense de Madrid,
 - Dra. Susana Monereo**, Jefe del Servicio de Endocrinología y Nutrición del Hospital Gregorio Marañón. Madrid.

Trabajo realizado en Fase I

Medidas extraordinarias

Debido al elevado número de peticiones de entrevistas de la por parte de los medios y para conseguir atender al máximo de peticiones mediante la intervención de un experto científico se consideró totalmente necesario **ampliar a 5 expertos**. Especialmente teniendo en cuenta que durante el primer día en la comunidad de Madrid se dieron directrices de no atender a los medios desde los hospitales hasta que un representante de la AECOSAN no se hubiera pronunciado. Por ello las entrevistas del primer día se gestionaron todas con Catedráticos de Nutrición. **Entre los 5 expertos atendieron a cerca de 50 medios en las primeras semanas de la crisis.**

Esta medida fue acordada con los representantes de las interprofesionales involucrados en la gestión de la crisis.

Así mismo se acordó hacer **un seguimiento y recopilación de todas la noticias aparecidas en Televisión, Radio y Redes Sociales** relativas a Carne y cáncer con el fin de mantenernos puntualmente informados y analizar la situación a tiempo.

Las solicitudes de intervención por parte de un portavoz se cubrían con entrevistas a los diferentes expertos con los que se acordó su colaboración como expertos en nutrición y salud.

El equipo de coordinación atendía a los medios, priorizaba en función de la disponibilidad e los expertos, la necesidad de entrevista presencial y la relevancia e impacto del medio y gestionaba las entrevistas.

Trabajo realizado en Fase 1

Redacción y envío de documento sobre el papel de la carne en la alimentación

Sociedades Científicas y Médicas a las que se contactó e envió información

- ✓ SED (Sociedad Española de Diabetes).
- ✓ SEEDO (Sociedad Española para el Estudio de la Obesidad).
- ✓ SENDIMAD (Sociedad de Endocrinología, Nutrición y Diabetes de la Comunidad de Madrid).
- ✓ FEC (Fundación Española del Corazón).
- ✓ Fundación Hipercolesterolemia Familiar.
- ✓ FESNAD (Federación Española de Sociedades de Nutrición).
- ✓ SEEN (Sociedad Española de Endocrinología y Nutrición).
- ✓ SEN (Sociedad Española de Nutrición).
- ✓ SENC (Sociedad Española de Nutrición Comunitaria).
- ✓ SEPEAP (Sociedad Española de Pediatría Extrahospitalaria y Atención Primaria).
- ✓ SEH-LELHA (Sociedad Española de Hipertensión-Liga Española para la Lucha contra la Hipertensión Arterial).
- ✓ SEDCA (Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación).
- ✓ SEMERGEN (Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria).
- ✓ SEA (Sociedad Española de Arteriosclerosis).
- ✓ FEAED (Federación Española Asociaciones Educadores en Diabetes).
- ✓ FEMEDE (Federación Española de Medicina del Deporte).
- ✓ SEIOMM (Sociedad Española de Investigación Ósea y Metabolismo Mineral).
- ✓ SEGHN (Sociedad Española de Gastroenterología, Hepatología y Nutrición).
- ✓ SEEP (Sociedad Española de Endocrinología Pediátrica).
- ✓ SEMFYC (Sociedad Española de Medicina de Familia y Comunitaria).
- ✓ SEMG (Sociedad Española de Médicos Generales y de Familia).
- ✓ SEOM (Sociedad Española de Oncología Médica).

Trabajo realizado en Fase 1

Gestiones realizadas con los medios de comunicación



Trabajo realizado en Fase 1

Declaraciones de Sociedades Científicas

Asociaciones como la **Sociedad Española de Endocrinología y Nutrición (SEEN)** y la **Federación Española de Sociedades de Nutrición y Dietética (FESNAD)** han recomendado el consumo dentro de las pautas de **alimentación establecidas**.

La Asociación Española de Pediatría Extrahospitalaria y atención primaria emite una nota de prensa en la que **recomiendan un consumo en niños de entre 5 y 8 veces a la semana** por su aporte de proteínas, minerales y vitaminas imprescindibles para el crecimiento de los niños.

Se multiplicaron las críticas a la forma de comunicar el informe realizado por la IARC/OMS, hasta el punto que desde **la OMS tuvieron que matizar su primer comunicado**. Mediante una declaración realizada el 29 por la tarde, la institución explicaba que *“la última revisión de la IARC no pide a la gente que deje de comer carne roja o procesada, pero sí indica que reducir el consumo de estos productos puede reducir el riesgo de cáncer colorrectal”*.

Trabajo realizado en Fase 1

Intervenciones de los expertos científicos en los medios

tve1

Telediario 15h
Entrevista al Dr. Antonio Vilarino
27/10/2015
Minutaje: 32:04 - 34:37
<http://www.tve.es/alcanta/videos/la-sexta/la-sexta-noticias-15-horas-27-10-15/3523365914>

Más de Uno
Entrevista al Dr. Antonio Vilarino
27/10/2015
Minutaje: 02:44:55 - 02:55:46
<http://www.ondacero.es/programas/mas-de-uno/programas-completos/mas-de-uno-27100015-2015102756216-265304690626-01e40.html>



LA SEXTA / LA SEXTA NOTICIAS 2ª EDICIÓN

HORA: 20:37:22 (01:47)
DURACIÓN: 00:01:47
AUDIENCIA: 366.000
VALORACIÓN: 48.1506

Tras el informe de la DMS sobre las carnes procesadas y rojas, de las que dice que aumentan el riesgo de sufrir cáncer, las ventas de los carniceros han caído un 10%. El sector considera que es eventual debido a la noticia. Los médicos recuerdan que comer carne con moderación es necesario; Carmen Gómez, jefe de la unidad de Nutrición Clínica del Hospital La Paz; José Ramón Rodríguez, 'Mama 1934' bar restaurante; Miguel García, miembro del Consejo Regulador Embutido de Requena.



LARINO
E NUTRICIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE VALLECAJAL

¿Es bueno comer carne? Los analizamos con Científicos, nutricionistas y otros especialistas



¿Es bueno comer carne? Los analizamos con Científicos, nutricionistas y otros especialistas

Este artículo responde a la pregunta de consumo de carne roja, procesada y su relación con el riesgo de cáncer. ¿Es así de grave como dicen? ¿Tiene que estar moderado? ¿Hay que evitar la carne roja? ¿Hay que evitar la carne roja? ¿Hay que evitar la carne roja?

Para saber más sobre este tema, puedes visitar el sitio web de la Universidad de Valencia, el Departamento de Salud Pública y Salud Comunitaria de la Universidad de Valencia, el sitio web de la Organización Mundial de la Salud, el sitio web de la Organización Mundial de la Salud, el sitio web de la Organización Mundial de la Salud.



societat

Parlen els nutricionistes: "La carn vermella i processada ha de ser de consum ocasional"

El Departament de Salut publica el 27 d'octubre un informe sobre el consum de carn vermella i processada i el seu impacte sobre la salut. Ja que és una font de ferro i vitamina B12.



El Departament de Salut publica el 27 d'octubre un informe sobre el consum de carn vermella i processada i el seu impacte sobre la salut. Ja que és una font de ferro i vitamina B12.

El Departament de Salut publica el 27 d'octubre un informe sobre el consum de carn vermella i processada i el seu impacte sobre la salut. Ja que és una font de ferro i vitamina B12.



tve1

Los Matineros de TVF 1
Minutaje: 01:12:00 - 01:31:00
Entrevista a la Dra. Carmen Vidal
<http://www.tve.es/alcanta/videos/la-matnana/matnana-27-10-15/3336518/>



Trabajo realizado en Fase 1

Algunas Noticias aparecidas en medios

BUENAVIDA

¿A cuántas lanchas de bacon equivale un paquete de tabaco?

¿El consumo de carne procesada podría ser tan dañino como fumar?

El mundo actual está lleno de noticias que nos alertan sobre los peligros de fumar. Pero ¿qué pasa si hablamos de comer carne procesada? ¿Será tan dañino como fumar? La Organización Mundial de la Salud (OMS) acaba de anunciar que la carne procesada es cancerígena, lo que significa que puede causar cáncer. Esto es una noticia que nos preocupa mucho, especialmente porque la carne procesada es un alimento muy común en nuestra dieta.

Según el estudio, cada porción de 50 gramos de carne procesada consumida diariamente aumenta el riesgo de cáncer colorectal en un 18%.

La OMS dice que la carne procesada puede causar cáncer

También la carne roja

La OMS dice que la carne procesada puede causar cáncer

- El riesgo individual es pequeño pero aumenta con la cantidad ingerida
- ¿Entonces puedo comer carne o no?

EL MUNDO
ACTUALIZADO 16/10/2015 12:33

Comer carne procesada (como las salchichas o el bacon) puede **causar cáncer de colon**, según acaba de concluir la Agencia Internacional de Investigación sobre el Cáncer (IARC), un organismo dependiente de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Concretamente, advierten, cada 50 gramos diarios aumentan un 18% el riesgo de desarrollar este tumor.

La OMS dice que las salchichas y el bacon son cancerígenos

La OMS dice que las salchichas y el bacon son cancerígenos

- La OMS reconoce la evidencia científica que demuestra que el consumo de carnes procesadas tienen relación directa con el cáncer colorectal.
- Este tipo de carnes ya aparecen en el grupo del tabaco, el alcohol, el arsénico y el amianto: la carne roja entra en el grupo de "probables cancerígenos".
- Según el estudio, cada porción de 50 gramos de carne procesada consumida diariamente aumenta el riesgo de cáncer colorectal en un 18%.

EUROPA PRESS. 20. 10. 2015 - 11. 27h

La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha emitido este lunes un informe en el que sentencia que la carne procesada entra dentro del grupo 1 de sustancias cancerígenas, en el que ya aparecen el tabaco, el alcohol, el arsénico y el amianto. Por su parte, la carne roja también entra en la categoría 2A, como probable cancerígeno. Un resumen del informe está disponible online en la publicación especializada The Lancet Oncology. Los estudios que relacionaban la carne procesada con efectos cancerígenos llevan años en circulación, pero esta sería la primera vez que la OMS se alinea con los investigadores españoles en estudios del cáncer. Ahora la OMS asegura que la relación entre el consumo excesivo de carne procesada está directamente relacionado con el cáncer colorectal y es la causa de entre 34.000 y 60.000 muertes por cáncer al año.

mujerhoy.com

Las salchichas y el bacon, cancerígenos como el tabaco y el alcohol



La OMS dice que la carne procesada puede causar cáncer

El informe de la Organización Mundial de la Salud sitúa la carne procesada dentro del grupo 1 de sustancias cancerígenas, ya que ya aparecen el tabaco, el alcohol, el arsénico y el amianto. El riesgo que conlleva que la carne roja forme parte de la categoría 2A, donde se sitúan a los probables cancerígenos.

LA RAZÓN.es

La OMS crea alarma: las carnes procesadas provocan cáncer

Consumo recomendado no comer carne más de dos veces por semana

F. Rodríguez, Madrid

El informe de la OMS, Alfonso Romeo, ha lanzado un mensaje de tranquilidad a la población: un consumo moderado de carnes rojas y procesadas dentro de una dieta equilibrada y variada «supone un riesgo muy bajo de cáncer», ha dicho. «La evidencia científica no indica un riesgo de cáncer al comer carne roja o procesada», ha dicho. Ahora se refiere al estudio elaborado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) que concluye que comer carne procesada aumenta el riesgo de sufrir cáncer. Ahora ha subrayado que los científicos deben saber con los alimentos que consumimos son seguros, que se deben ser vigilantes con respecto al papel de los azúcares refinados y ha insistido en que si se quiere estar bien una dieta variada se evitará más alcohol y más carne roja y se disminuirá el consumo de azúcar, grasas y verduras.

El informe ha indicado que este estudio, elaborado por la Agencia Internacional de Investigación sobre el Cáncer (IARC) de la OMS, tiene que ser evaluado por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) y la Organización de Agricultores y Ganaderos (OAG), ha indicado. Ha insistido en que desde el momento en que se ha lanzado un estudio sobre el consumo moderado de carnes rojas y procesadas que no causa cáncer se debe "tratar de reducir", ha insistido, que incluye evitar el consumo de azúcar, grasas y verduras.

ABC Sociedad

La OMS alerta de que la charcutería y "probablemente" la carne roja provocan cáncer

El grupo de trabajo de 22 expertos de 10 países convocados por el programa de Investigación de la OMS —agencia que depende de la Organización Mundial de la Salud (OMS)— ha concluido que hay evidencia suficiente de que el consumo de carne procesada causa cáncer colorectal.

Trabajo realizado en Fase 1

Resumen intervenciones primeras semanas

MEDIO	GESTIÓN	DÍA
TV3 – Informativos	Realizada entrevista experto	26-oct
El Mundo	Realizada entrevista experto	26-oct
La Razón	Realizada entrevista experto	26-oct
Televisión de Barcelona	Realizada entrevista experto	26-oct
Barcelona FM 91.0	Realizada entrevista experto	26-oct
Barcelona FM 91.0	Realizada entrevista experto	26-oct
Radio Huesca	Envío Comunicado de Prensa	26-oct
Antena 3 TV	Envío Comunicado de Prensa	26-oct
Cárnica 2000	Envío Comunicado de Prensa	26-oct
Cadena Ser	Envío Comunicado de Prensa	26-oct
Hipertextual	Envío Comunicado de Prensa	26-oct
La Vanguardia	Envío Comunicado de Prensa	26-oct
TeleMadrid	Envío Comunicado de Prensa	26-oct
Agencia France Press	Envío Comunicado de Prensa	26-oct
Agencia Catalana de Noticias	Envío Comunicado de Prensa	26-oct
RNE	Envío Comunicado de Prensa	26-oct
Televisión Castilla y León	Envío Comunicado de Prensa	26-oct
Radio Lleida	Envío Comunicado de Prensa	26-oct
Diari Segre	Envío Comunicado de Prensa	26-oct

Trabajo realizado en Fase 1

Resumen intervenciones primeras semanas

TVE - La Mañana de la 1	Realizada entrevista experto	27-oct
TVE - Informativos TVE	Realizada entrevista experto	27-oct
OndaCero	Realizada entrevista experto	27-oct
La Razón	Realizada entrevista experto	27-oct
Cuatro	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
Telecinco	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
Europa Press TV	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
Efe Agro	Realizada entrevista experto	27-oct
Canal Sur Radio	Realizada entrevista experto	27-oct
Gestiona Radio	Realizada entrevista experto	27-oct
Cope Zamora	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
Capital Radio	Realizada entrevista experto	27-oct
Televisión Toledo	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
El Diario Extremadura	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
El Imparcial	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
A Tu Salud (La Razón)	Realizada entrevista experto	27-oct
La Información.com	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
RNE	Realizada entrevista experto	27-oct
TV3 - Els Matins	Realizada entrevista experto	27-oct

Trabajo realizado en Fase 1

Resumen intervenciones primeras semanas

Servmedia	Realizada entrevista experto	27-oct
Radio Internacional	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
Gestiona Radio-Pulso Empresarial	Realizada entrevista experto	27-oct
Cope	Realizada entrevista experto	27-oct
Economía Cat	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
Libertad Digital	Realizada entrevista experto	27-oct
Diario de Altoaragón	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
La Opinión de Murcia	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
Telemadrid	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
Diario de Mallorca	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
Estel Radio	Realizada entrevista experto	27-oct
La Vanguardia	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
El Correo Gallego	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
Trencadis	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
Radio Baleares	Envío Comunicado de Prensa	27-oct
TVE - Los Desayunos de TVE	Realizada entrevista experto	28-oct
TVE de Catalunya	Envío Comunicado de Prensa	28-oct
Cadena Ser - Hoy Por Hoy	Realizada entrevista experto	28-oct
Es Radio - La Trilla	Realizada entrevista experto	28-oct
El Norte de Castilla	Realizada entrevista experto	28-oct
Radio La Comarca de Teruel	Realizada entrevista experto	28-oct
Capital Radio	Realizada entrevista experto	28-oct
Más latinos	Realizada entrevista experto	28-oct
Agro Capital	Realizada entrevista experto	28-oct
Aragón TV	Envío Comunicado de Prensa	28-oct

Trabajo realizado en Fase 1

Resumen intervenciones primeras semanas

La Tribuna de Ciudad Real	Envío Comunicado de Prensa	28-oct
TV Canarias	Envío Comunicado de Prensa	28-oct
Todo PYME	Envío Comunicado de Prensa	28-oct
TV Castilla y León	Envío Comunicado de Prensa	28-oct
Es Radio	Realizada entrevista experto	29-oct
Radio Metropolitana	Realizada entrevista experto	29-oct
Cadena Ser - La Ventana	Realizada entrevista experto	29-oct
La Tribuna de Ciudad Real	Realizada entrevista experto	29-oct
Cadena Ser - Hoy por Hoy Huesca	Realizada entrevista experto	29-oct
Correo Farmacéutico	Realizada entrevista experto	29-oct
La Sexta - Informativos Noche	Realizada entrevista experto	29-oct
Radio Castilla La Mancha	Envío Comunicado de Prensa	29-oct
Diari Ara	Realizada dos entrevistas expertos	29-oct
ABC	Realizada entrevista experto	29-oct
La Razón	Enviados datos del sector	29-oct
El País	Enviados datos del sector	29-oct
Trend Industria	Envío Comunicado de Prensa	29-oct

Trabajo realizado en Fase 1

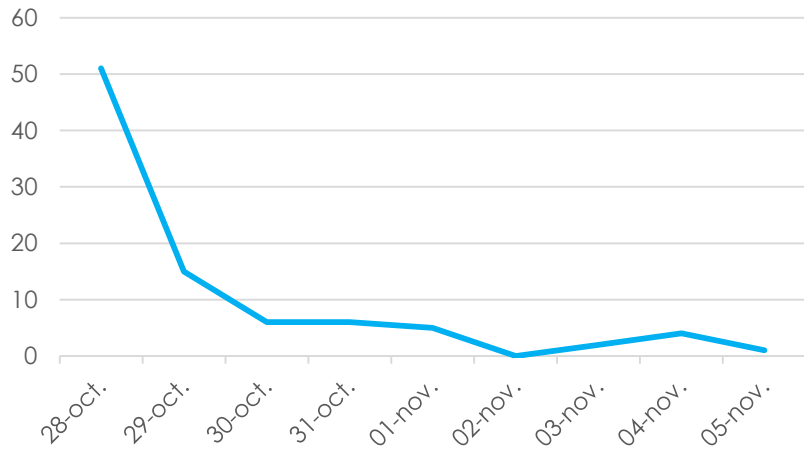
Resumen intervenciones primeras semanas

TVE - España Directo	Envío Comunicado de Prensa	30-oct
Grupo gestiona	Envío Comunicado de Prensa	30-oct
La Voz de Galicia	Envío Comunicado de Prensa	30-oct
Antena 3 Noticias	Envío Comunicado y Datos del Sector	30-oct
El confidencial digital	Envío Comunicado de Prensa	02-nov
Gestiona Radio. Pulso Empresarial	Realizada entrevista experto	03-nov
Economía cat	Envío Comunicado de Prensa	03-nov
Onda Cero	Gestionando entrevista experto	04-nov
Hostelería Gallega y Turismo	Envío Comunicado de Prensa	04-nov
Es Radio. Palabras Mayores	Realizada entrevista experto	05-nov
Radio Martorell	Realizada entrevista experto	05-nov
Revista Góndola	Envío Comunicado de Prensa y Datos del Sector	05-nov
Informe Semanal	Realizada entrevista experto	07-nov

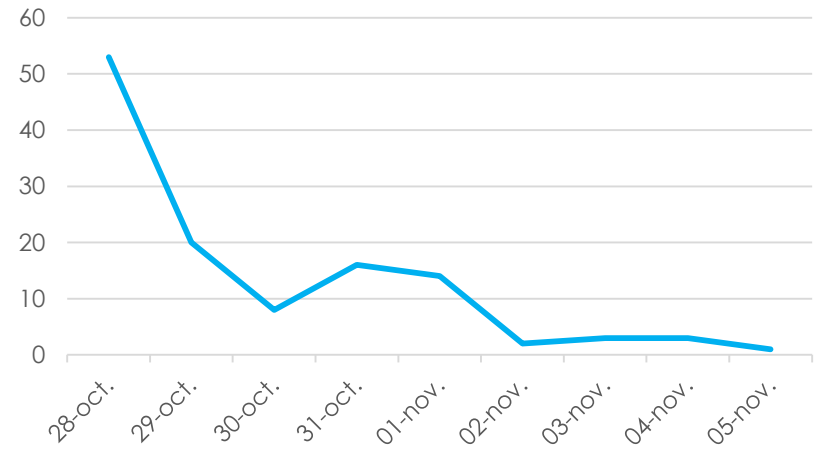
Trabajo realizado en Fase 1

Evolución de los impactos en TV, Radio

Noticias en televisión



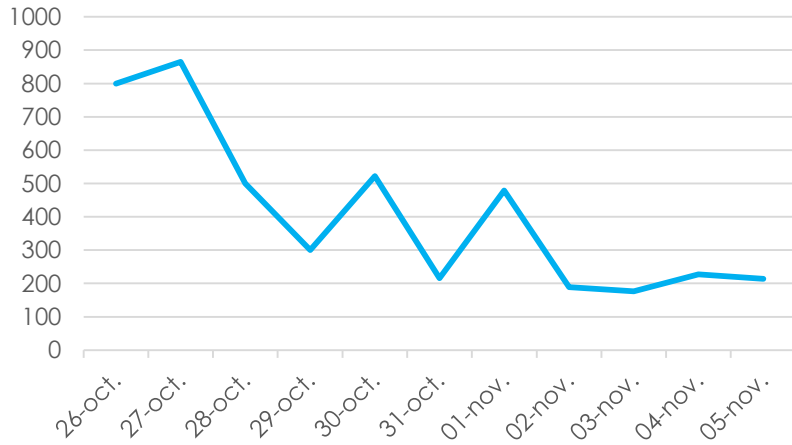
Noticias en radio



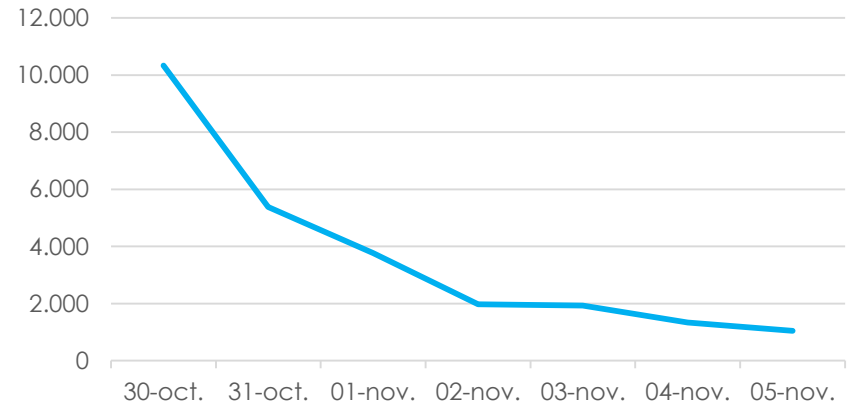
Trabajo realizado en Fase 1

Evolución de los impactos en Prensa escrita, Medios

Noticias en medios impresos y online

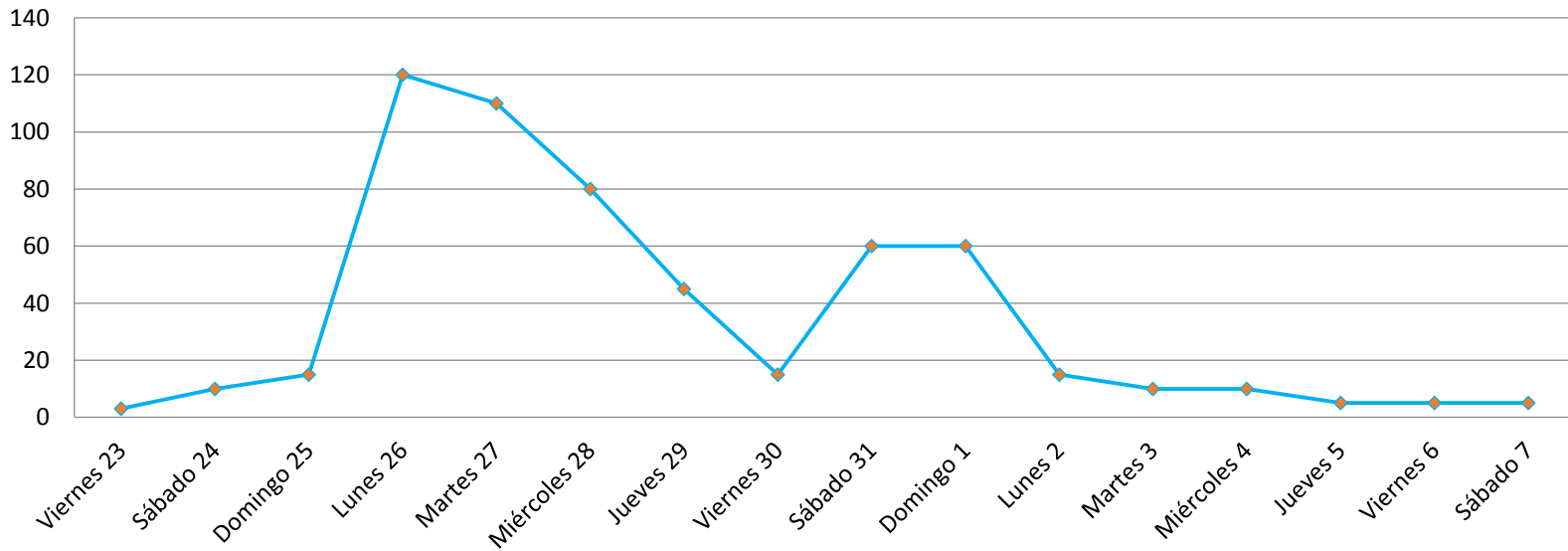


Posts en medios sociales



Monitorización de todas las noticias emitidas en los medios de comunicación.
Seguimiento diario de todas las noticias publicadas en todos los soportes: televisión, radio, medios impresos y online.

Impacto en medios de comunicación



SPRIM 

PROPUESTA DE TRABAJO A
MEDIOPLAZO PARA ACTUAR
PRENTE AL INFORME DE LA OMS

SPRIM 

PROPUESTA DE TRABAJO A
MEDIOPLAZO PARA ACTUAR
PRENTE AL INFORME DE LA OMS

FASE 2

1.1 Análisis de los estudios científicos referenciados en el resumen de las evaluaciones de la IARC

Análisis bibliográfico de las 20 publicaciones referenciadas en el resumen de las evaluaciones de la IARC disponible en *The Lancet Oncology*.

Selección de datos de interés y análisis del grado de evidencia de los distintos estudios:

- ✓ Los países donde se han realizado y determinar el porcentaje de los estudios que se han llevado en España, en Europa o en EEUU.
- ✓ Los centros de investigación implicados.
- ✓ El año de publicación de los estudios.
- ✓ El diseño de los estudios.
- ✓ El tamaño de muestra.
- ✓ Los parámetros objeto del estudio.
- ✓ El perfil nutricional de la carne ingerida por los participantes en los estudios, así como su equivalencia nutricional respecto a los productos comercializados en España y en Europa.
- ✓ Si se ha tenido en cuenta el método de elaboración y de cocinado de los productos.
- ✓ Si se han tenido en cuenta hábitos de la muestra poblacional que pudieran influir en los resultados (consumo de tabaco, alcohol, sedentarismo), bajo consumo de alimentos protectores (frutas, verduras, aceite de oliva virgen, cereales integrales, vitaminas, minerales o fibra).





Processed Meat & Colorectal Cancer – Cohort Studies

N cases and yrs follow-up

1065 (4.5 years)

1721 (6.2 years)

1329 cases (4.8 years)

1329 cases (4.8 years)

1248 cases (8.8 years)

EPIC and COLON CANCER

Dietary fibre: Calibrated HR = 0.58 (0.41–0.85) highest versus lowest

Dietary fibre adjusted also for folate intake
HR = **0.79** (0.63–0.99) *p* for trend 0.01, highest versus lowest

Fish calibrated HR = 0.46 (0.27–0.77) *p* for trend 0.003 per 100 g/d increase

Red and processed meat HR = 1.55 (1.19–2.02) *p* for trend 0.001 per 100 g/d increase

Plasma vit D (25-(OH)D) OR = 0.77 (0.56–1.06) *p* for trend <0.001 highest versus lowest
Dietary calcium intake RR = **0.69** (0.50–0.96) *p* for trend 0.016 highest versus lowest

Bingham S.
Lancet 2003

Bingham S.
CEB&P 2005

Norat T. J Natl
Cancer Inst 2005

Norat T, JNCI
2005

Jenab M. BMJ
2010

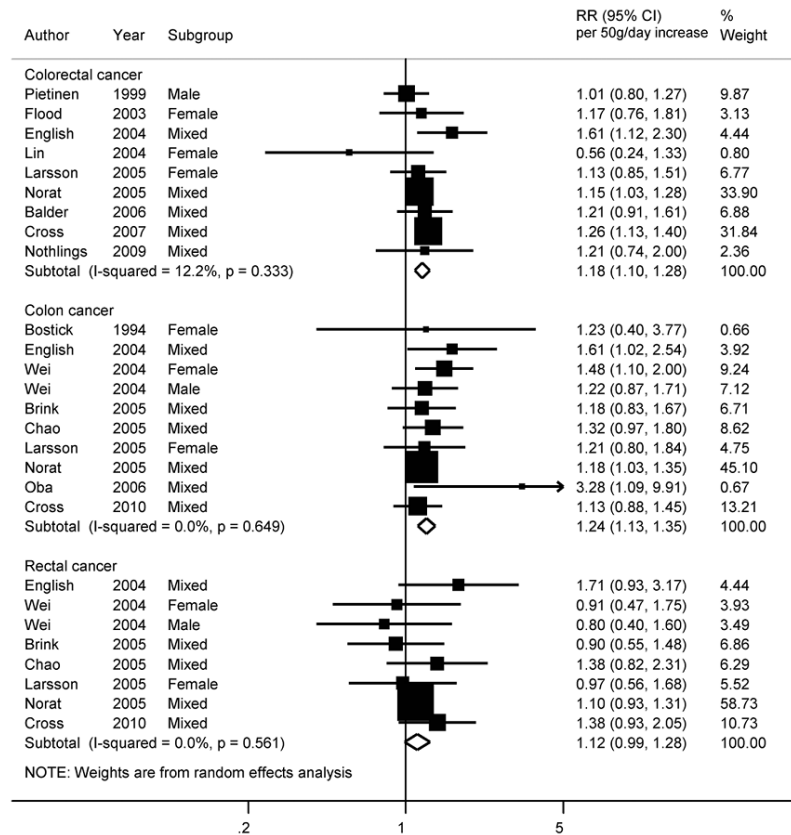


Figure 5. Dose-response meta-analyses of processed meat consumption and the risk of colorectal, colon and rectal cancers. References: Pietinen, 1999 [57]; Flood, 2003 [33]; English, 2004 [60]; Lin, 2004 [56]; Larsson, 2005 [34]; Norat, 2005 [50]; Balder, 2006 [64]; Cross, 2007 [22]; Nothlings, 2009 [26]; Bostick, 1994 [52]; Wei, 2004 [18]; Brink, 2005 [49]; Chao, 2005 [54]; Oba, 2006 [27]; Cross, 2010 [21]. doi:10.1371/journal.pone.0020456.g005

1.2 Identificación y análisis de los estudios científicos que relacionan el consumo de carne con el cáncer

Identificación y análisis de los principales estudios de interés

En la identificación se tendrá en cuenta:

- ✓ Publicaciones de los expertos implicados en la redacción de la Monografía.
- ✓ Se priorizará en estudios realizados en España y a nivel europeo en Centros de Investigación con una amplia trayectoria de respaldo a nivel científico.
- ✓ Estudios publicados en los 5 últimos años.
- ✓ El diseño de los estudios y los parámetros estudiados.
- ✓ La equivalencia del perfil nutricional de la carne ingerida por los participantes en los estudios con la de los productos comercializados en España y en Europa. Asimismo se tendrá en cuenta el método de elaboración y cocinado.
- ✓ Otros factores asociados con influencia en los resultados (consumo de tabaco, alcohol, sedentarismo), bajo consumo de alimentos protectores (frutas, verduras, aceite de oliva virgen, cereales integrales, vitaminas, minerales o fibra).

Preparación documentos incluyendo los resultados de la identificación y análisis llevada a cabo por SPRIM en el que se estructure la información relevante y más actual para disponer de argumentos de respaldo en el ámbito del consumo de carne como factor de riesgo de cáncer.

2.1 Elaboración y envío de un documento explicativo sobre las cualidades de la carne y la necesidad de su consumo en la frecuencia recomendada para cada grupo poblacional para profesionales de la salud

En la redacción de esta publicación se tendrán en cuenta los resultados del análisis de la evidencia científica sobre los estudios publicados en los últimos 5 años con el consumo de carne. Se propondría que esta publicación fuera revisada y avalada por expertos científicos independientes

Este documento incluirá una infografía que resuma los principales puntos de interés

Este documento se hará llegar a la Federación de Asociaciones de Dietética y Nutrición y el resto de Asociaciones o sociedades científicas de interés con el fin de reforzar los mensajes positivos.



FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE
SOCIEDADES DE NUTRICIÓN,
ALIMENTACIÓN Y DIETÉTICA



2.2 Elaboración de video infográfico sobre las cualidades positivas de la carne y estrategia de difusión a consumidores

➤ Elaboración y difusión / viralización de un **video infográfico** divertido que explique con lenguaje amigable y que ponga en valor los productos cárnicos y de argumentos positivos para incluirla en de una dieta adecuada y equilibrada así.

- ✓ Elaboración del guión
- ✓ Redacción de textos
- ✓ Preproducción
- ✓ Arte y diseño
- ✓ Animación
- ✓ Música
- ✓ Locución
- ✓ Edición y montaje

Ejemplos:

https://www.youtube.com/watch?v=RmsFaUXx_jY

<https://www.youtube.com/watch?v=sreNzLeokdU>

<https://www.youtube.com/watch?v=XUFMxmloFRc>

<https://vimeo.com/88268560>

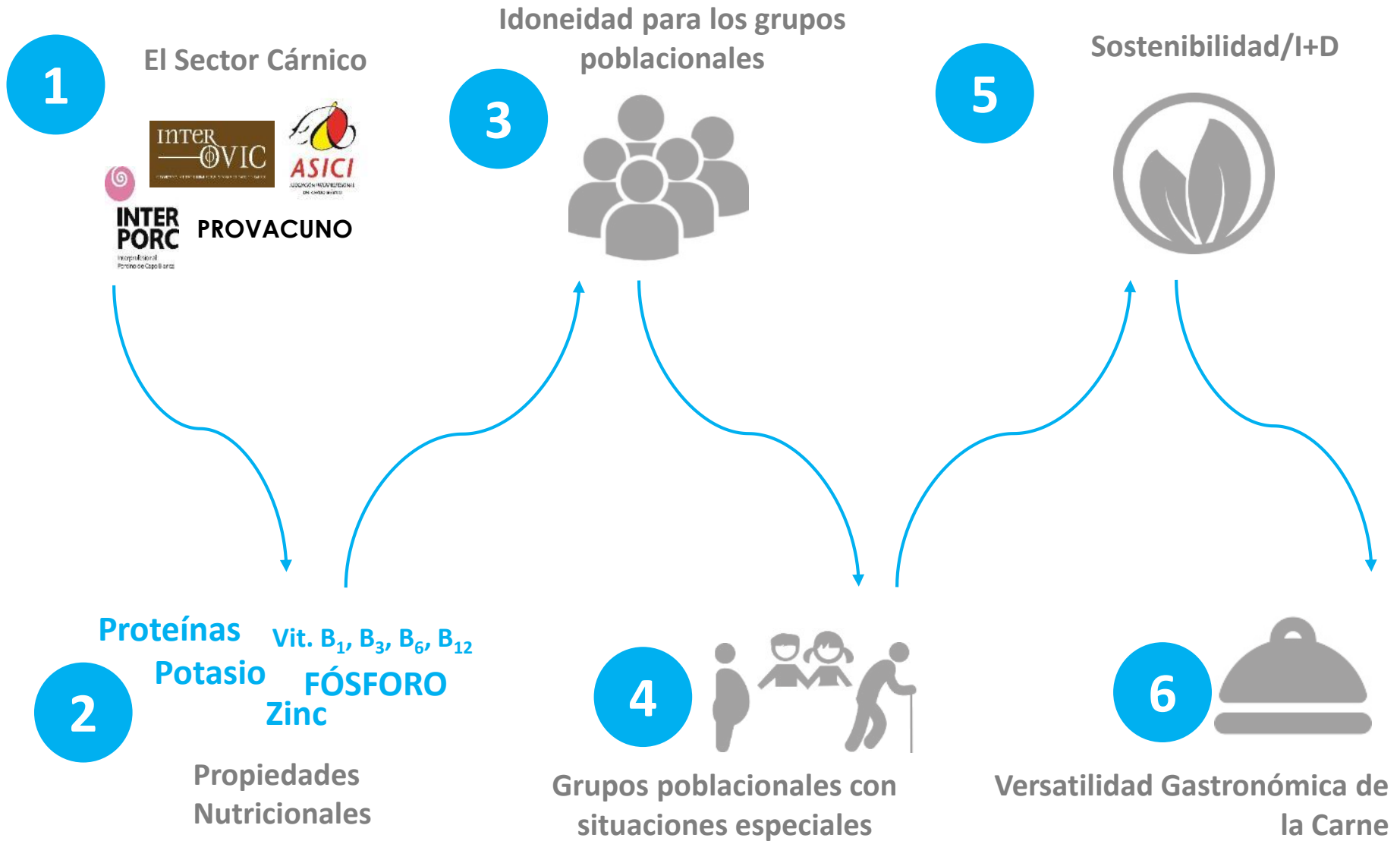
<https://www.youtube.com/watch?v=1uVA5hcuZyE>

<https://www.youtube.com/watch?v=ziLUf4Qtn60>

<https://www.youtube.com/watch?v=HNffAY1G47A>



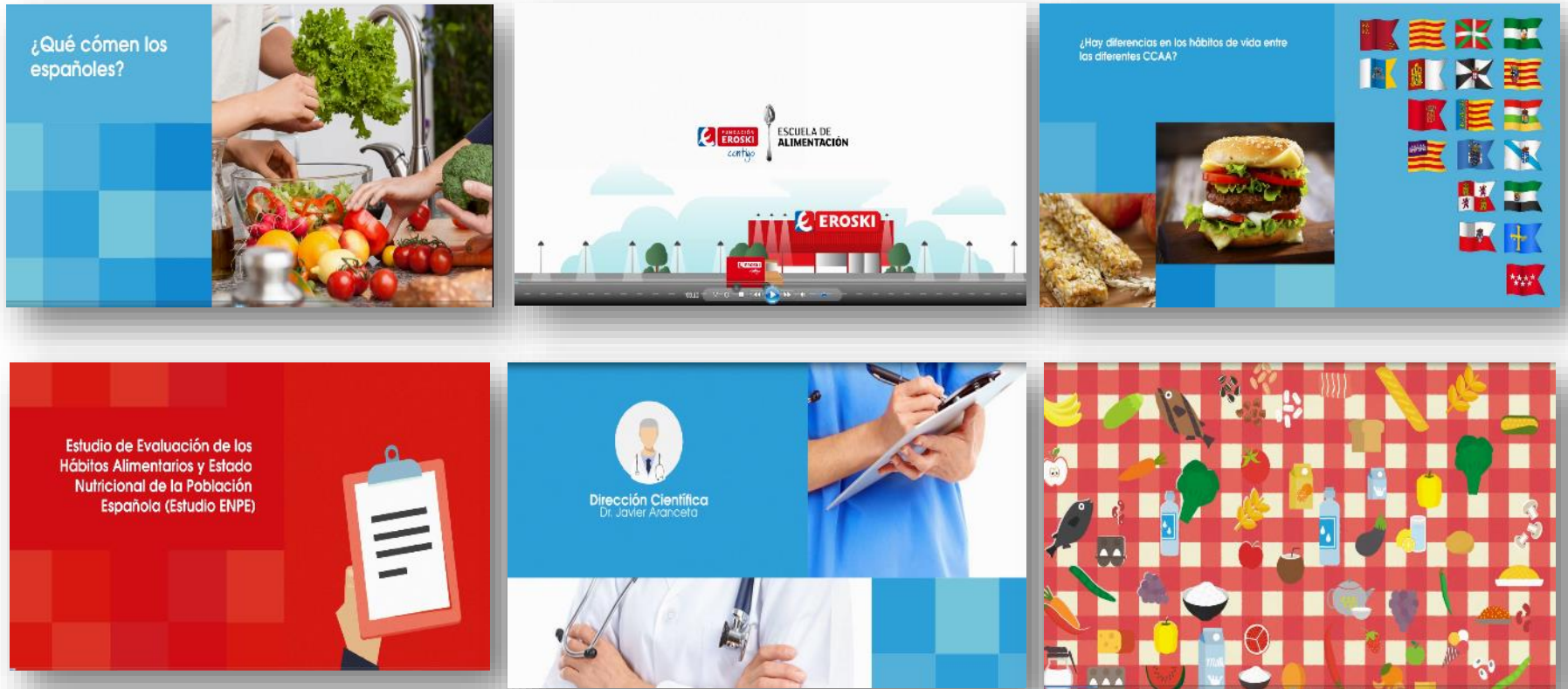
Guión



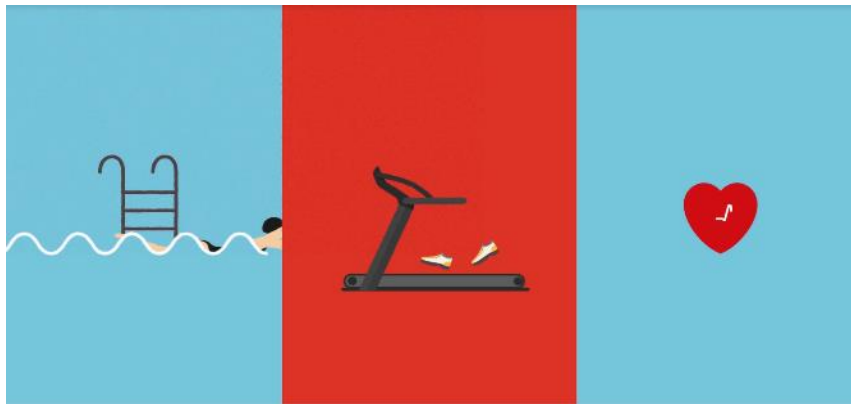
Ejemplo de aplicación gráfica. Videos Infográficos SPRIM

Video Infográfico. Estudio de Evaluación de los Hábitos Alimentarios y Estado Nutricional de la Población ENPE.

Target: Profesional de la Salud y Población General

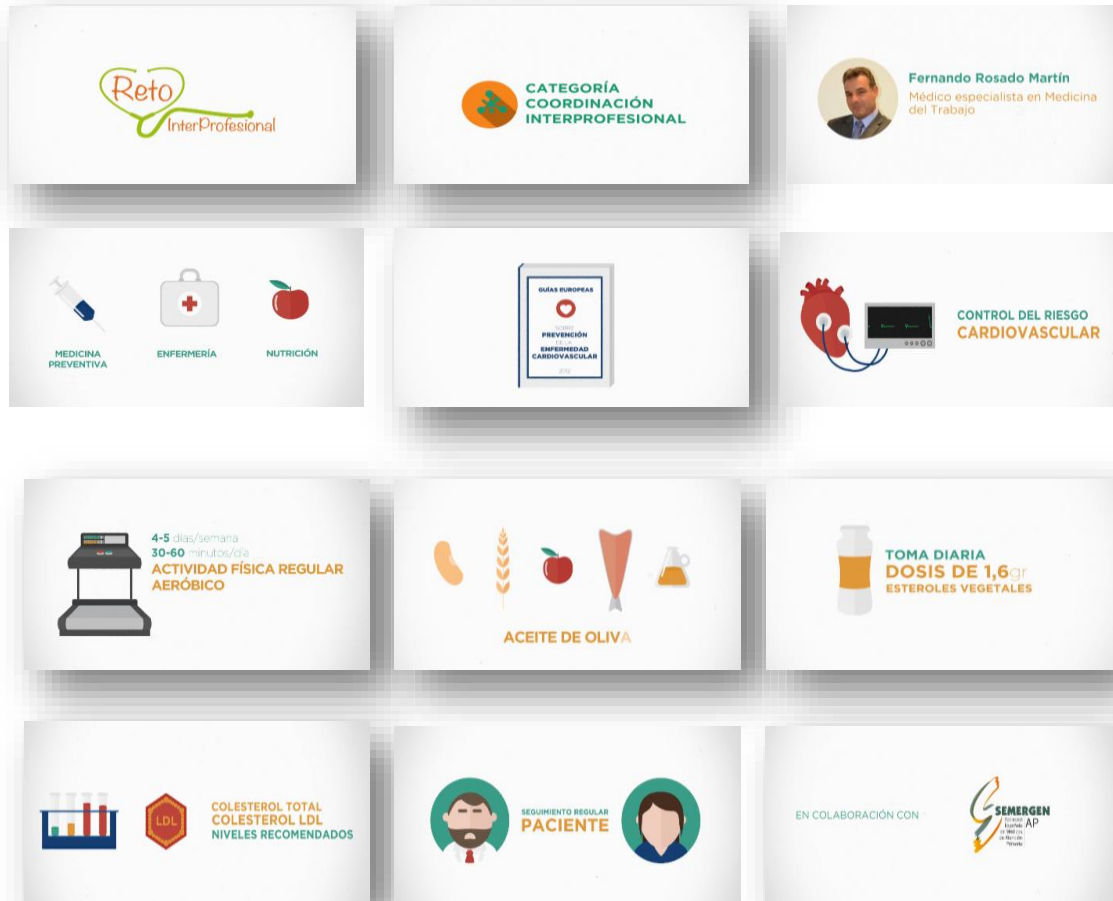


Ejemplo de aplicación gráfica. Videos Infográficos SPRIM



Ejemplo de aplicación gráfica. Videos Infográficos SPRIM

Video Infográfico. Reto Interprofesional. Explicación de un caso clínico en la Categoría de Coordinación Interprofesional Target: Profesional de la Salud

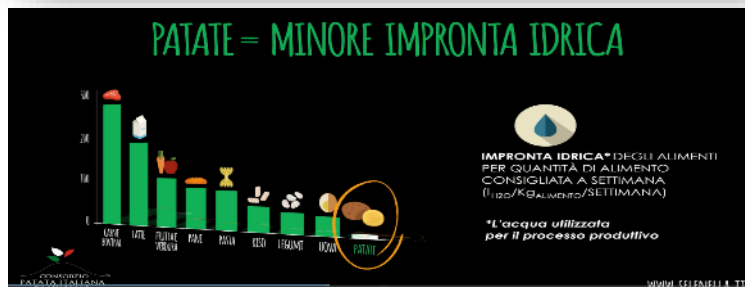
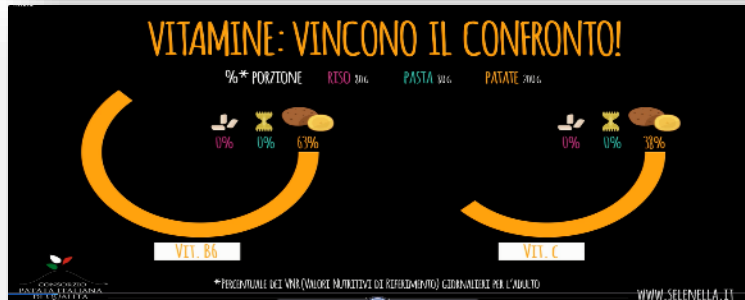
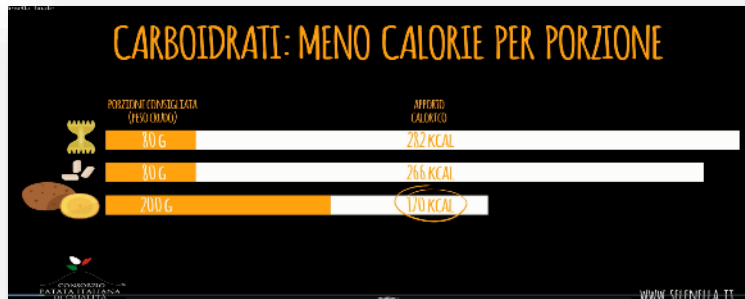


Material Audiovisual: Video Infográfico

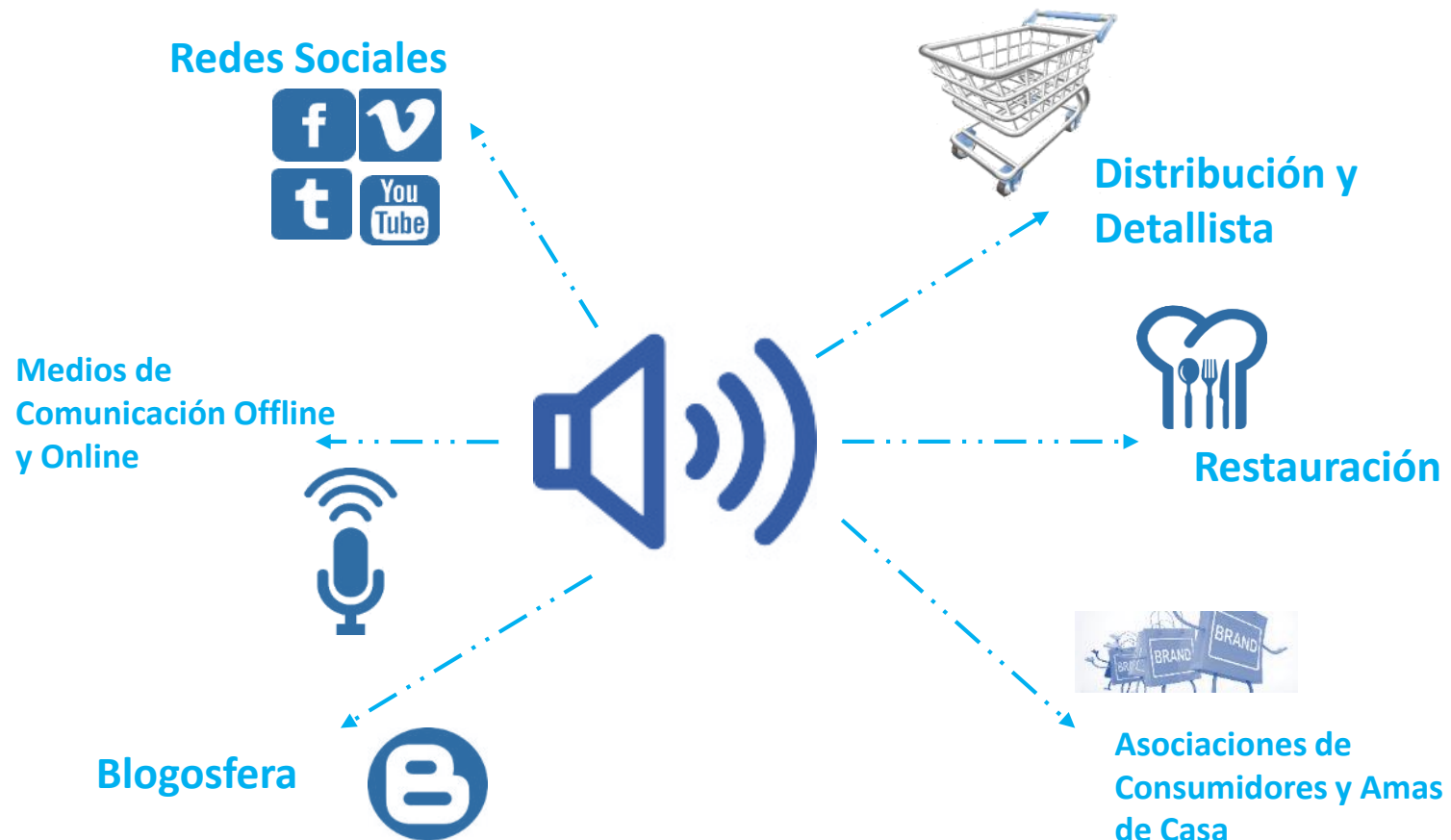
Ejemplo de aplicación gráfica. Videos Infográficos SPRIM

Video Infográfico. Denominación de Origen de la Patata Italiana

Target: Población General



Plan de Difusión del Video Infográfico



Entornos de Difusión

Entorno Profesional y Asociaciones de Consumidores



Distribución y Detallista



Restauración



Asociaciones de Consumidores

Plan de Difusión a través de:

Plan de Difusión a través de:

Plan de Difusión a través de:



Entornos de Difusión

Entorno Profesional y Asociaciones de Consumidores



Redes Sociales

Canal fundamental para conseguir **viralizar** la información.

Para ello utilizaremos las **dos redes con mayor penetración: Facebook y Twitter** en el mercado español y aquellas que se nutren de **soporte audiovisual: YouTube y Vimeo**



Medios de Comunicación Offline y Online

Los medios de comunicación tanto offline como online **poseen un alto grado de influencia** entre su audiencia.

Por ello y por su **poder multiplicador de la difusión y la viralización** de la información resultan esenciales en el plan de difusión.

Foco de atención en la difusión en medios audiovisuales offline y online



Blogosfera

Los blogueros, son en la actualidad uno de los **grupos con mayor poder de influencia y con mayor número de seguidores**. Sus seguidores esperan y confían en la información.

Temáticas de blogs estratégicas:

- **Salud**
- **Alimentación/Nutrición**
- **Femeninas**
- **Estilos de Vida**

3.- Mantenimiento del Gabinete de coordinación de Crisis unificado para temas de interés común

- ✓ Monitorización y análisis de publicaciones
- ✓ Asesoramiento en prevención y gestión
- ✓ Selección, explicación y coordinación con los expertos
- ✓ Gestión de entrevistas con los expertos
- ✓ Atención a medios de comunicación
- ✓ Organización de reuniones de coordinación
- ✓ Preparación y envío de información
- ✓ Seguimiento de repercusiones
- ✓ Preparación de informes





PROPUESTA DE TRABAJO A
MEDIOPLAZO PARA ACTUAR
PRENTE AL INFORME DE LA OMS

FASE 3

- Definición del formato y del programa
- Preparación de los contenidos para establecer las líneas de trabajo que permitan generar argumentos contundentes sobre el papel de la carne en la alimentación
- Selección y coordinación con los ponentes: expertos científicos y representantes de la AECOSAN
- Preparación del encuentro
- Invitación a todos los involucrados: investigadores, expertos en nutrición, y oncología, representantes de instituciones y de asociaciones de consumidores, retail, asociaciones agroalimentarias y empresas relacionadas y medios de comunicación
- Coordinación del acto



I cicli di approfondimento
"Nutrizione e Salute"

Workshop

CARNE E PROTEINE ANIMALI NELL'ALIMENTAZIONE ITALIANA: quale futuro?

Per la prima volta nella storia, un compagno della nostra alimentazione è stato inserito ufficialmente nella tabella dello IARC (International Agency for Research on Cancer) quale agente responsabile di cancro.

Quali evidenze nel contesto italiano, quali rischi e quali impatti sulla filiera?

SPRIM Academy aiuterà a decifrare la scienza che sta alla base della nostra alimentazione, inaugurando un ciclo di eventi formativi rivolto agli operatori della filiera, alla comunità medico-scientifica, ai responsabili di industria alimentare, GDO e Horeca.

FOCUS ON: PROTEINE ANIMALI vs VEGETALI!

VEDI 27/11 Istituto Di Ricerche Farmacologiche Mario Negri
Via Privata Giuseppe La Masa, 19, 20156 Milano

PROGRAMMA

- 9.00-9.30 — Accredimento
- 9.30-9.45 — Introduzione ai lavori
- 9.45-12.45 — **TAVOLA ROTONDA**
CARNE E FUNGHI: ANALISI DELLE EVIDENZE IARC E REVISIONE CRITICA NEL CONTESTO DELLE ABITUDINI ITALIANE
Da dati scientifici all'applicazione in una dieta corretta, per definire rischi, opportunità e nuovi possibili equilibri nel mondo delle proteine vegetali.
Alessandra Bordoni - Professore di Scienza dell'Alimentazione e di Nutrizione Umana al Campus di Scienze degli Alimenti, Università di Bologna
Giovanna Calderini - Professore Associato del Dipartimento di Neuroscienze, Area del Farmaco e Salute del Bambino, Università degli Studi di Firenze e coautore del rapporto IARC
Paolo Vineis - Professor of Environmental Epidemiology, Imperial College London e coautore del rapporto IARC
Focus - Bambini, carne e dieta equilibrata: come comportarsi?
Enza D'Auria - Dirigente Medico del Reparto di Pediatria, Azienda Ospedaliera San Paolo di Milano
- 12.45-14.00 — Buffet Lunch
- 14.00-15.00 — **IL SONDAGGIO SUI CONSUMATORI**
UN MESE DALL'ALLARME: L'OPINIONE PUBBLICA TRA DEMONIZZAZIONI, ALLARMISMI E QUOTIDIANITÀ
Simona Mastrandrea - Ricercatore Astascienze
- 15.00-16.00 — **IL SONDAGGIO SUI MEDICI**
IL PARERE DI 1000 ESPERTI SU CARNE E SALUTE, TRA LE NUOVE EVIDENZE E LA RELAZIONE CON I PAZIENTI
Survey a cura del Centro Studi SPRIM
Luca Primavera - PhD Centro Studi SPRIM
- 16.00-17.00 — **TAVOLA ROTONDA**
QUALI RIPERCUSSIONI PER LA FILIERA DELL'ALIMENTAZIONE E NUTRIZIONE? TENDENZE, ALTERNATIVE E PROSPETTIVE GLOBALI VERSO IL 2020
Uno sguardo nazionale e internazionale al futuro: i potenziali cambiamenti per il mondo della Nutrizione nei prossimi 5 anni.
Relatori in attesa di conferma
- 17.00-17.30 — Chiusura lavori

- Poner en marcha una **estrategia digital** para contrarrestar la información negativa aparecida por la publicación del informe de IARC

+ Estrategia de Evangelización en Foros y Comunidades Online que hablen sobre el informe de la IARC de la OMS

- Generación de contenidos en foros y comunidades digitales a través de mensajes y noticias positivas sobre la carne.
- Se atenderá a la demanda de información de los usuarios y se les redirigirá a fuentes de confianza



- Utilizando herramientas de monitorización de redes e internet, se investigará de qué manera y con qué palabras los usuarios han buscado información sobre la carne y en particular sobre el informe de la IARC. Después de la crisis generada, se podrá partir con un gran volumen de información de calidad



- Diseño y creación de una plataforma online central de comunicación respaldada por Instituciones externas al sector.



- Desarrollo de artículos que atiendan a las necesidades de información de los usuarios. Los contenidos se generarán en base al estudio de palabras claves.
- Será la Base central de la estrategia SEO.



- El Objetivo será conseguir atraer rápidamente tráfico cualificado a la plataforma a través de publicidad online.



Publicación de Artículos en Medios Online Generalistas y Especializados

5.1 ESTUDIO DE PALABRAS CLAVE

Objetivo: La keyword research consiste en identificar y estudiar todas las palabras clave que se han ido generando durante la fase de crisis derivada de la publicación de datos el informe de la IARC de la OMS, con el objetivo de conocer cuáles son las palabras clave más utilizadas y por las que los usuarios han buscado información.

El Keyword Research, es un **paso fundamental en toda estrategia SEO y SEM**, ya que una buena elección de keywords determinará la efectividad de las campañas en un futuro.

Se informará de:

- Volumen de búsqueda mensual de cada keyword
- Nivel y situación de la competencia
- Conversiones/Engage
- Posición actual



INVESTIGACIÓN Y
EVALUACIÓN
KEYWORDS DURANTE
LA CRISIS

5.2 DESARROLLO WEB

Se puede utilizar el dominio carne y salud e ir adaptando los contenidos, si bien, la actual web de carneysalud.com no está preparada para una correcta indexación, por lo tanto es de vital importancia renovarla.

Para ello se desarrollará un diseño y estructura acorde con la estrategia, basado en un [gestor de contenido apropiado \(WordPress\)](#) y [preparado para su correcta indexación con google](#). Además, será responsive de tal modo que cualquier acción o campaña que hagamos, genere una buena experiencia para el usuario (el 52% de las visitas se hacen desde dispositivos móviles).

La [estructura](#) sería:

- [Home](#), compuesta por contenidos y llamadas a las distintas acciones.
- [Información nutricional](#) (Artículos).
- [Nutrición y salud](#) (Artículos)
- [Gastronomía](#) (Artículos)
- [Sala de prensa](#)
- [Consultorio](#) (Basado en las preguntas de los usuarios respondidas por nuestros especialistas)
- [Contacto](#)



DESARROLLO
MICROSITE CENTRAL
DE LA CAMPAÑA

5.3 DESARROLLO DE CONTENIDOS DE INTERÉS: SEO

Objetivo: Que la plataforma desarrollada alcance las primeras posiciones del ranking de búsqueda de los buscadores para unas determinadas palabras clave, relacionadas principalmente con carne y salud.

- Se desarrollarán acciones encaminadas a lograr un mayor reconocimiento por parte de los buscadores a través del **intercambio de enlaces** y **desarrollo de contenidos de calidad** que aporten visibilidad a la plataforma.
 - Todos los contenidos nuevos que se generen irán redactados por el **equipo de Dietistas nutricionistas, tecnólogos de los alimentos, biólogos, farmacéuticos y periodistas especializados en salud**.
1. El equipo de **Regulatory & Scientific Affairs** certificará la **validez de los mismos** a nivel científico y regulatorio
 2. El equipo de **Health Marketing & Comunicación** será el encargado de traducir esos contenidos en un lenguaje ameno y entendible por el consumidor .
 3. El equipo de **Diseño** se encargará de **adaptar el formato y hacerlo más visual** y subir el contenido a la WEB
- Se realizará un **asesoramiento continuado sobre la acción**, seguimiento de la web y optimización de hasta **8 artículos mensuales**, teniendo en cuenta que el proyecto está desarrollado bajo Wordpress y cuenta con el plugin adecuado para su gestión.



**DESARROLLO DE
CONTENIDOS DE
INTERÉS**

5.4 ESTRATEGIA SEM / PUBLICIDAD ONLINE

Objetivo: Asegurar visitas, dar difusión online a la Plataforma y apoyar los objetivos de la Estrategia Digital

- Es la **mejor forma de reforzar la repercusión** de los **mensajes positivos** de las acciones de comunicación que se realicen.
- Se conseguirá atraer rápidamente tráfico cualificado a la web, consiguiendo Resultados inmediatos.
- Se recomienda tener una **campaña en la Red Search** y una **Campaña en Facebook Ads**, para estar presente en aquellas búsquedas que sean de alto interés
- La mayor parte de la inversión irá destinada a conseguir tráfico cualificado



5.5 EVANGELIZACIÓN

Objetivo: Realizar una acción de evangelización basada en las preguntas de usuarios sobre los productos y criterios establecidos, alrededor de las búsquedas y sus resultados

El trabajo se estructurará de la siguiente manera

- Búsqueda de foros y preguntas en base a los criterios establecidos.
- Reporte de posibles preguntas para creación de argumentario de estrategia.
- Creación de perfiles en cada foro o plataforma para comenzar a responder en base a los criterios marcados en la estrategia.
- Reporte y seguimiento de la acción

PUBLICACIÓN DE ARTÍCULOS EN MEDIOS

Presencia en medios de comunicación digitales para complementar las acciones para obtener mayor difusión en todos los canales especializados

- **Selección de medios:**
 - Plan Estratégico de Identificación de los perfiles Idóneos en Medios Generalistas y Especializados
 - ROI
- **Determinación de Blogs y Páginas de interés objetivo** y de nuestras comunicaciones:
Estrategia segmentación
 - Segmentación en función del Público Objetivo
 - Contacto con Líderes de Opinión
- **Redacción de Contenidos**
 - Publicación de post patrocinados

EVANGELIZACIÓN

**Publicación de
Artículos en Medios
Online Generalistas y
Especializados**

Oficinas de SPRIM



Se buscarán posibles sinergias con Asociaciones Europeas



SPRIM 

CALENDARIO
Y PRESUPUESTO ESTIMADO

PRESUPUESTO

Fase 2	Coste (€)	SI
- Análisis de los estudios científicos referenciados en el resumen de las evaluaciones de la IARC - Identificación y análisis de los estudios científicos de los últimos 5 años que relacionan el consumo de carne con el cáncer	23.700	
Redacción y envío de documento a profesionales de la salud	4.500	
Elaboración del video infográfico	6.500	
Plan difusión del video infográfico	3.800	
Mantenimiento del Gabinete de coordinación de Crisis unificado 6 meses	6.000	
Honorarios expertos colaboradores	4.500	
Costes adicionales de presclipping 1 mes	1.000	
Total	50.000	
Fase 3		
Workshop	15.000	
Estudio de palabras clave y desarrollo web	12.000	
Desarrollo de contenidos SEO + Estrategia SEM + Evangelización	25.000	
Total	52.000	

IVA no incluido

Gastos de viajes, desplazamientos, mensajería, catering alquiler de salas no incluidos

Condiciones de facturación:

100 % a la firma del contrato

Pago a 30 días fecha de factura

El importe se distribuirá del siguiente modo:

INTERPORC: 25%, PROVACUNO: 25%, ASICI: 25%, INTEROVIC: 25%

Firma:

Nombre:

Posición:

Fecha:

CIF:



Hermosilla, 46
28001 Madrid
Tel.: 915 779 065
www.sprim.com