



La campaña 'Por ser niñas' recibe el apoyo de las siguientes empresas

Campofrío: Campofrío, a través de su marca Pavofrío, se ha comprometido a financiar **300 becas para niñas de El Salvador** que, a través de un proyecto desarrollado por PLAN, **les permitirá acceder a un año más de educación.** Asimismo, la empresa de alimentación incluirá información sobre la campaña 'Por Ser Niñas' en los envases de los "mini" de Pavofrío, un producto del que se venden millones de unidades, y dará a conocer esta campaña a su red de contactos a través de dos videos que circulará en su web y redes sociales, para animarles a sumarse a la campaña 'Por Ser Niñas'. (En el pen drive se incluye el videocomunicado con la firma del convenio que se realizó el pasado 15 de septiembre entre Emilio Butragueño, patrono de PLAN y Juana Manso, Directora de Gama de Campofrío).

Banco Popular: Banco Popular colabora mediante el apoyo a la producción de **30.000 pulseras** Por Ser Niñas que promueven la recogida de fondos para la campaña y la financiación de más de 150 **becas para niñas de El Salvador.** Además, la entidad bancaria ha difundido la campaña entre todos sus grupos de interés, animándoles a unirse también a ellos. Una muestra de su implicación, es el regalo de la pulsera "Por Ser Niñas" que han recibido los más de 14.000 empleados.

ALSA: durante segundo año consecutivo la compañía de transportes apoyará la campaña "Paremos la Pobreza Infantil" esta vez basada en la causa "Por Ser Niñas". ALSA pondrá a disposición de la organización internacional todos sus canales de comunicación para dar a conocer la situación de las niñas en el mundo a los más de 180 millones de viajeros que utilizan los servicios de la compañía.

Metro de Madrid: Metro de Madrid prolongará su compromiso con PLAN, emitiendo el spot de la campaña Por Ser Niñas durante los próximos 4 meses, alcanzando un total de 1.617 pases en el Canal Metro. Además, este año también cederá a la organización espacio en las diferentes estaciones para hacer llegar a los usuarios de Metro el mensaje de la campaña a través de su red de carteles informativos.

Otras empresas como DEDON, Staedtler, TMB, Classic Jaguar Touring han colaborado con la campaña desarrollando diferentes actividades relacionadas con la causa 'Por Ser Niñas'.



