



Se acabaron las meriendas y los snacks procesados

## LLEGA SILLYBILLY LA MERIENDA DISPARATADAMENTE NATURA Y NUTRITIVA QUE QUERRÁN TUS HIJOS

- Dos madres, Rocío y Elena, han creado esta marca de snacks y meriendas para poder entre las prisas del día a día darles a sus hijos un alimento ecológico, natural y saludable; sin conservantes, colorantes ni aditivos artificiales, pero que a la vez sea apetecible y divertido para ellos.
- Los snacks están hechos de ingredientes como espelta, quinoa, almendras y fruta deshidratada sin sulfitos ni azúcares añadidos, y están listos para meterlos en la mochila.
- Avalados por expertos en nutrición infantil, para ofrecer una alimentación variada, sana y natural por sus ingredientes, un valor nutricional óptimo para niños, y raciones recomendadas.

**SillyBilly, la nueva marca infantil de snacks y meriendas naturales, saludables y ecológicas**, irrumpe en el mercado como firme alternativa al elevado número de alimentos procesados y carentes de nutrientes que protagonizan los almuerzos y las meriendas, y que los padres no quieren para sus hijos.

Con los nuevos productos **SillyBilly**, los padres ya no tendrán que luchar diariamente con sus hijos para que coman productos tan saludables como la **espelta** o la **quinoa**, poco atractivos para ellos, ya que estas meriendas, además de deliciosas, son también disparatadamente divertidas. Empaquetadas en bolsas con un diseño llamativo y acompañadas de todo un universo de dibujos y cuentos con los que los niños podrán seguir las aventuras de **SillyBilly. Por fin una merienda aprobada por nutricionistas que además encanta a los niños, y a los no tan niños.**

Estos productos nacen como solución al desafío con el que se enfrentaban todos los días las fundadoras de esta empresa, Rocío y Elena, y millones de padres cuando quieren dar un snack o un tentempié a sus hijos. **La mayoría de padres asegura que les resulta difícil encontrar productos saludables, equilibrados, fáciles y que además gusten a sus hijos.**

“Buscábamos productos fáciles, que poder encestar en las mochilas de nuestros hijos por las mañanas sabiendo que los niños se lo comerían y además sería algo nutritivo; pero no encontrábamos. Lo más sano y nutritivo volvía muchas veces a casa, intacto. Lo que se comía con mayor facilidad no



# SillyBilly



nos convencía, pues sentíamos que eran productos flojos nutricionalmente y ultra procesados.” asegura Elena Puerta.

Por eso, estas dos emprendedoras, en colaboración con una doctora en nutrición infantil, crearon estos snacks que consiguen una triple aprobación.

“Tenemos lo que nosotras llamamos **la triple aprobación: Padres, nutricionistas y niños**. Los padres, que tienen un producto saludable, natural y fácil de llevar. Los **nutricionistas infantiles** son los que deciden lo que es bueno, tanto en ingredientes como en nutricionales y los niños, que al final, son los que tienen que disfrutar con su merienda.”, dice Rocío Abarca, otra de las fundadoras.

APROBADAS POR  
LOS NIÑOS



**NamÑam**

¡Un sabor de otro planeta!  
Meriendas naturales  
deliciosamente ricas,  
alocadamente divertidas.

APROBADAS POR  
LOS PADRES



**Ajeluya!**

Por fin una gama de meriendas  
listas para llevar, naturales y  
sin nada artificial. ¡Adiós a las  
porquerías y azúcares refinados!

APROBADAS POR  
NUTRICIONISTAS



**Eureka!**

Los expertos en nutrición  
infantil garantizan que SillyBilly  
contribuye a una alimentación  
variada, sana y natural.

## Snacks disparatadamente naturales.

En junio lanzaron al mercado cuadraditos horneados de espelta y quinoa con dos sabores: plátano y cacao o grosellas, fresa y arándanos. Tras el éxito del lanzamiento y atendiendo a las demandas del consumidor acaban de incorporar otros dos sabores: a mango, piña y naranja, y fresa y manzana con semillas de chía. En los próximos meses incorporarán una nueva línea de productos que pretende dotar de diversión y mejorar nutricionalmente las **tortitas de arroz**, un clásico de padres en apuros. **La doctora en nutrición infantil, Blanca Calatayud**, parte integrante del equipo **SillyBilly**, es la encargada de guiar la receta, desde la selección de ingredientes, el manipulado y los nutricionales finales. Ella es la voz de la calidad y la garantía de que todo lo que salga de la mano de **SillyBilly debe ser un producto que aporte y complemente la dieta de los niños**.

Los productos **SillyBilly son endulzados con ingredientes naturales, sin azúcares ni edulcorantes artificiales**, ni aceite de palma, ni conservantes; existe un firme compromiso de no utilizar ingredientes transgénicos, colorantes o aditivos artificiales. Se utilizan materias primas procedentes de agricultura ecológica, evitando el exceso de procesado, para que los niños obtengan el máximo aporte nutricional. Los productos han sido evaluados por la famosa aplicación Yuka, consiguiendo puntuaciones de excelente a lo largo de su gama.

## Snacks disparatadamente divertidos.



**SillyBilly**



**El gran reto superado de SillyBilly ha sido tener contentos a los niños.** A ninguno de ellos les preocupa la nutrición, si el producto no les gusta, de nada sirve. Así que, con esta premisa indiscutible, han creado sabores y texturas que les gustan y han catado todos sus productos con estos paladares súper exigentes. También se han creado audiocuentos que despiertan a la imaginación y a la creatividad y que permiten de una forma natural, conectar con **SillyBilly** y conocerle mejor.

Con esta imagen y pese a que en la industria de la alimentación hay productos llenos de azúcares y edulcorantes, que están ricos, y que vienen envueltos con millones de personajes que por si solos son un reclamo para los pequeños, **SillyBilly** ha conseguido convertirse en una clara alternativa no sólo por su nombre sonoro y divertido, sino por poner a los niños en el centro de su proyecto y traerles las historias desternillantes de esta pareja tan especial.

## Una aventura de emprendedoras para resolver un problema de todos.

Para Elena y Rocío, las dos fundadoras de esta compañía *“Lo más complejo del proyecto ha sido hacer realidad lo que en muchos momentos hemos pensado que era una utopía; un producto natural de verdad, capaz de producirse y que además guste a los niños.”* explica Rocío Abarca.

*“Muchos niños están acostumbrados a batidos, zumos, galletas o productos procesados con un número elevado de grasas y azúcares. También, mucha parte de la industria está acostumbrada a trabajar con ingredientes procesados y conservantes, son mucho más fáciles de manipular y conservar, las materias primas más nobles son más complejas y nos han traído muchas idas y venidas para saber como cocinarlas y manipularlas”,* comenta Rocío.

De este camino, que ha parecido en muchas ocasiones, una misión imposible, surgió el nombre de **SillyBilly**:

*“Si queríamos emprender, y mas en un mundo tan complejo como la alimentación infantil, teníamos que pensar cada paso de una manera diferente, retar nuestra lógica y nuestra razón a favor de ideas descabelladas y creernos que eran posible. Al final, eso se tradujo en la magia de pensar como un niño, y eso es lo que significa SillyBilly”,* explica Elena.

Con esta propuesta, **SillyBilly** irrumpe con fuerza y ganas alocadas, como un niño eufórico con ganas de pasarlo bien. Su plan es poder formar parte de los lineales y de todos aquellos puntos de venta donde las familias acuden frecuentemente a solventar sus quehaceres diarios.



# SillyBilly



## Anexo:

En **SillyBilly**<sup>1</sup> se hizo un estudio para comprender los elementos imprescindibles para los padres en la elección de las meriendas. “Aunque intuíamos que querían los padres, quisimos realizar un estudio para saber con certeza qué buscaban los padres a la hora de encontrar una merienda o almuerzo, y con esa información bajo bandera, desarrollar nuestro producto.” Este compromiso es inamovible, y todo lo que se desarrolla tiene que cumplir con lo que se analizó que los padres necesitaban y buscaban. En lo que al compromiso se refiere, no hay margen de maniobra. Las cuatro claves de la merienda perfecta son las siguientes:

1. El 90% de los padres aseguraba que los snacks (merienda y almuerzo) han de gustar a los niños.
2. Más del 84% declara que las meriendas tienen que ser naturales, sin conservantes, colorantes, aditivos artificiales.
3. Casi el 70% declaraba que tenían que ser nutritivas.
4. El 68% declara que tienen que ser fáciles de llevar.

---

<sup>1</sup> Estudio on-line realizado a 250 padres en España.

