República del Ecuador

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil - UTEG

Trabajo de Titulación

Para la Obtención del Título de:

Licenciada en Mercadotecnia

Tema:

Propuesta de una campaña de concientización sobre el TDAH en niños para educadores en escuelas.

Autora:

Lizeth Carolina García Arias

Director del Trabajo de Titulación:

PhD. Patricia Saltos Zúñiga

2024

Guayaquil - Ecuador

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a mi madre y a mi esposo, quienes han sido un pilar fundamental en este proceso, brindándome su apoyo incondicional y ánimo constante. Este artículo nace del deseo profundo de ayudar a mi hijo, quien vive con TDAH, y de contribuir a una mejor comprensión de este trastorno para que él, y otros niños como él, puedan recibir el apoyo que merecen.

También deseo agradecer a mi hija, por su comprensión y por el cariño con el que ha ayudado a su hermano. Su apoyo y esfuerzo han sido esenciales para fortalecer los lazos familiares y superar juntos los desafíos que hemos enfrentado.

Extiendo mi agradecimiento a la profesora Sobra de mi hijo, quien ha estado siempre presente, demostrando una dedicación y compromiso excepcionales. Su apoyo y empatía han sido invaluables en este camino, y su esfuerzo por entender y acompañar a mi hijo han sido una inspiración constante para este trabajo.

Gracias a todos por ser mi fuerza y mi motivación.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi hijo además de todos los niños y padres que enfrentan los desafíos diarios del Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad (TDAH). A través de este esfuerzo, mi mayor deseo es aportar, aunque sea un pequeño grano de arena, a la mejora de la percepción y comprensión de nuestros niños, promoviendo un entorno más empático y consciente de sus necesidades. Espero que este trabajo inspire a otros a seguir aprendiendo, apoyando y luchando por un mundo más inclusivo y comprensivo para todas las familias que viven con este trastorno.

Declaración de autoría

Yo, Lizeth Carolina García Arias, C.I.0604038208, declaro ser el autor/a del presente Artículo de Investigación Tema: PROPUESTA DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN SOBRE EL TDAH EN NIÑOS PARA EDUCADORES EN ESCUELAS., La responsabilidad del contenido de este trabajo de Graduación me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual del mismo a la "UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL".

Reglamento de Graduación de la (UTEG)

Guayaquil, septiembre de 2024.

_____

Lizeth García Arias

PROPUESTA DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN SOBRE EL TDAH EN NIÑOS PARA EDUCADORES EN ESCUELAS

Lizeth Carolina García Arias

caro1837ro@gmail.com

RESUMEN

El Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad (TDAH) es una condición neurobiológica que afecta a un número considerable de niños en todo el mundo, manifestándose a través de síntomas de inatención, hiperactividad e impulsividad. A pesar de su alta prevalencia, el conocimiento y la comprensión del TDAH entre padres y educadores suelen ser limitados, lo que puede llevar a diagnósticos tardíos y un manejo inadecuado del trastorno. Este trabajo propone una campaña de concientización dirigida a padres y educadores en escuelas primarias, con el objetivo de mejorar la comprensión del TDAH y promover estrategias efectivas para su manejo. El desarrollo de la campaña se basó en una investigación exhaustiva que incluye una revisión de la literatura existente sobre el TDAH y campañas de concientización similares. Además, se realizaron encuestas y entrevistas para evaluar el nivel actual de conocimiento y las percepciones sobre el TDAH en los educadores. Con base en los datos recopilados, se diseñó material educativo, como una infografía, video corto, post de Facebook, material educativo digital, además de proponer la realización de más materiales educativos que expliquen de manera clara y accesible qué es el TDAH, sus síntomas y las mejores prácticas para su manejo. La propuesta de la campaña se llevó a cabo en una muestra de una escuela primaria, donde se evaluó su impacto en el conocimiento y las actitudes de los participantes mediante encuestas pre-campaña. Los resultados esperados incluyen una baja comprensión del TDAH, estigma asociado y una falta en el apoyo y manejo de los niños con TDAH en el entorno escolar. Finalmente, se propone recomendaciones para la integración de

programas de concientización sobre el TDAH en el currículo escolar, con el fin de asegurar un apoyo continuo y efectivo para los niños afectados por este trastorno.

Palabras clave: Trastorno por déficit de atención e hiperactividad (TDAH), concientización educativa y manejo del TDAH en el entorno escolar.

INTRODUCCIÓN

El Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad (TDAH) es un desorden neurobiológico que afecta al 5.3% de la población infantil mundial (OMS) y supone un reto educativo significativo (Aguirre Sánchez et al., 2022). Los niños con TDAH enfrentan dificultades en la atención, impulsividad y seguimiento de instrucciones, afectando su rendimiento, desarrollo social y emocional, e integración en el sistema educativo, generando desigualdades (Rusca Jordán y Cortez Vergara, 2020). Es diagnosticado mayormente en la infancia, entre los 4 y 12 años, según la American Academy of Pediatrics (2021).

Los niños con TDAH enfrentan barreras que afectan su rendimiento académico y participación en actividades escolares debido a la falta de comprensión y apoyo en las escuelas, lo que genera estigmatización y una percepción negativa que impacta su autoestima y desarrollo social. Este desconocimiento recalca la necesidad de diseñar una campaña de concienciación que informe sobre las necesidades específicas de estos niños y mejore la percepción social del TDAH.

Estas campañas contribuyen a la mejora de la calidad de vida de las personas con TDAH, permitiéndoles recibir el apoyo necesario para llevar una vida plena y productiva, es por ello por lo que la pregunta de investigación que guía este estudio es: "¿Cómo puede el diseño de una campaña de concientización, mejorar el conocimiento y la sensibilización social en las escuelas de edad escolar?"

La campaña de concienciación sobre el TDAH aporta beneficios esenciales: reduce el estigma, eliminando prejuicios y promoviendo una actitud más comprensiva; facilita la detección temprana de síntomas, permitiendo intervenciones más efectivas; brinda apoyo a las familias con recursos y estrategias para mejorar la dinámica familiar; educa a maestros y cuidadores, dotándolos de herramientas para apoyar a los niños con TDAH; y, finalmente, mejora la calidad de vida de las personas con TDAH, ayudándolas a desarrollar su potencial y vivir de manera plena.

Los objetivos de esta investigación son: Proponer una campaña de concientización que informe a educadores sobre el TDAH en niños, con el fin de mejorar la comprensión, el manejo y el apoyo a los niños que presentan este trastorno. Por otro lado, los objetivos específicos son: determinar el nivel actual de conocimiento y las percepciones sobre el TDAH en educadores, diseñar materiales educativos (post, video, infografía, material educativo digital) que explique que es el TDAH, sus síntomas y estrategias efectivas para su manejo. y por último sugerir recomendaciones para la integración de programas de concientización sobre el TDAH en el currículo escolar.

El presente trabajo de investigación está compuesto por una parte introductoria seguido por marco teórico, metodología, análisis de resultados, conclusiones y por último bibliografía que hace referencia de la fundamentación teórica de la investigación.

MARCO TEÓRICO

En este apartado se hace una revisión de la literatura que fundamenta teóricamente este trabajo de investigación

Antecedentes de la Investigación

Sunción (2020), en su estudio "Desorden atencional asociado a trastorno de déficit de atención con hiperactividad - TDAH en la escuela", analiza la falta de atención en estudiantes de primaria, sus causas y formas de mitigarlo para mejorar el rendimiento y evitar el fracaso escolar. Utiliza una metodología no experimental, con enfoques cuantitativo, cualitativo y documental. La investigación concluye que las causas del TDAH incluyen factores genéticos, ambientales, familiares, sociales, lesiones cerebrales y exposición a tóxicos. En clase, los estudiantes enfrentan dificultades para mantener la atención, completar tareas y seguir instrucciones, afectando su desempeño. Se recomiendan ambientes de aprendizaje adecuados, actividades ordenadas y estrategias preventivas y correctivas.

Bautista et al. (2019), en su estudio "Sufrimiento Psicológico y TDAH en las escuelas", analizan el manejo del TDAH en el entorno escolar y las intervenciones necesarias para reducir el sufrimiento psicológico asociado. Usando una metodología no experimental y cualitativa, destacan una creciente tendencia a diagnosticar TDAH en la adultez, asociada a estilos de vida modernos y factores ambientales. Los problemas de atención en las aulas están ligados al sufrimiento psicológico, derivado de la falta de adaptación al sistema educativo y la percepción de fracaso. Se recomienda personalizar el aprendizaje y emplear actividades motivacionales que aborden el entorno psicosocial y las necesidades individuales para mejorar la atención y reducir el sufrimiento.

Además, Serrano (2022), en su estudio "Programa de estrategias metodológicas para niños con déficit de atención e hiperactividad en una escuela de Guayaquil, Ecuador 2021", propone un programa de estrategias para que docentes apoyen a estudiantes con TDAH,

mejorando su rendimiento y reduciendo el rezago escolar. Utiliza una metodología no experimental con enfoque cuantitativo. Los resultados indican que el 48,33% de los estudiantes tienen déficit de atención (31,6% moderado, 20% bajo) y el 61,67% hiperactividad (23,33% moderada, 15% baja). Las estrategias metodológicas implementadas han mejorado el rendimiento académico y reducido los síntomas del TDAH.

Finalmente, Martínez (2020), en su investigación "*Educational marketing as a strategy for school improvement*", analiza cómo el marketing educativo puede mejorar la percepción escolar y los resultados académicos. Utiliza una metodología no experimental con enfoques cualitativo y cuantitativo. El estudio concluye que las prácticas de marketing educativo mejoran la percepción de la escuela entre estudiantes, padres y la comunidad. Estrategias como promover la identidad y misión de la escuela, usar testimonios y emplear redes sociales y plataformas digitales aumentan la inscripción, retención y el rendimiento académico.

De acuerdo a los expuesto por los adscritos en el tema en los párrafos que anteceden, esta investigación pretende demostrar que, efectivamente el marketing educativo puede ser una herramienta efectiva para mejorar la percepción, el apoyo social y académico de los niños con TDAH. Además, se busca proponer estrategias específicas que apoyen las necesidades de los niños con TDAH, como consecuencia mejorar tanto su rendimiento académico como interacción social.

MARCO REFERENCIAL

Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad (TDAH)

Molina-Torres et al. (2022) describen el TDAH como un trastorno neuropsicológico del desarrollo que afecta a niños y adolescentes, caracterizado por inatención, hiperactividad e impulsividad, los cuales interfieren en su desempeño diario. Rodríguez-Salinas et al. (2006) lo definen como un trastorno del neurodesarrollo con un patrón persistente de inatención y/o hiperactividad-impulsividad, ofreciendo una visión amplia que compara el TDAH con el desarrollo típico. La falta de información precisa sobre el TDAH ha fomentado percepciones erróneas, subrayando la necesidad de estrategias de marketing educativo para promover una comprensión empática de este trastorno.

Rodríguez-Salinas et al. (2006) señalan que los síntomas del TDAH varían entre individuos, afectando su capacidad para mantener la atención, completar tareas, organizarse y comportarse adecuadamente en entornos escolares y sociales. Los niños con TDAH suelen mostrar inquietud, impulsividad e interrupciones frecuentes, generando conflictos. Los síntomas pueden combinarse o presentarse de forma específica (inatención, hiperactividad o impulsividad), lo que dificulta el diagnóstico. Este requiere una evaluación clínica completa con observaciones, entrevistas a padres y maestros, y herramientas como la escala de Conners (Rodríguez-Salinas et al., 2006). En muchos contextos, el proceso inicia en el DECE, que puede remitir al niño a un neuropedíatra para pruebas adicionales como un video electroencefalograma y evaluaciones psicopedagógicas, permitiendo diseñar un plan educativo adaptado.

El tratamiento del TDAH combina enfoques farmacológicos y no farmacológicos. Rodríguez-Salinas et al. (2006) destacan que los medicamentos estimulantes, como el metilfenidato y las anfetaminas, son efectivos para mejorar la atención y reducir la hiperactividad e impulsividad. Alternativas no estimulantes, como la atomoxetina y la

guanfacina, se usan cuando los estimulantes no son eficaces o generan efectos secundarios. También se recomiendan antidepresivos, suplementos como omega 3 y dietas específicas. Las intervenciones no farmacológicas incluyen terapias conductuales, apoyo psicoeducativo, adaptaciones en el aula y actividad física diaria. La combinación de ambos enfoques maximiza la efectividad del tratamiento al abordar síntomas y factores ambientales (Rodríguez-Salinas et al., 2006).

El TDAH afecta profundamente el entorno escolar cuando no se trata adecuadamente. Según Rodríguez-Salinas et al. (2006), este trastorno dificulta la concentración, el cumplimiento de tareas y las instrucciones, lo que impacta el aprendizaje y habilidades fundamentales como la lectoescritura. También aumenta los conflictos con compañeros, suspensiones y expulsiones debido al comportamiento impulsivo y dificultad para seguir normas. Para mitigar estos efectos, se recomiendan adaptaciones en el aula, como asientos preferenciales y tiempo adicional, junto con programas que desarrollen habilidades organizativas. Estas estrategias mejoran el rendimiento académico e integran al estudiante en el entorno escolar y social (Rodríguez-Salinas et al., 2006).

Introducción al Marketing

El marketing se define como el proceso de crear valor para los clientes y construir relaciones sólidas para captar valor a cambio (Kotler & Keller, 2012, p. 5). En el ámbito educativo, puede mejorar la percepción social de trastornos como el TDAH, desarrollando estrategias de comunicación que informen, fomenten actitudes comprensivas y promuevan la inclusión educativa de los niños afectados.

Marketing Educativo

El marketing educativo promueve servicios educativos, mejora la reputación de las instituciones y atrae a estudiantes (Kotler & Fox, 1995, p. 1). En el caso del TDAH, puede cambiar percepciones sociales, fomentar la comprensión entre padres y educadores, y reducir estigmas. Las campañas de concienciación son clave en este proceso, ofreciendo información clara sobre el TDAH, sus síntomas y estrategias de manejo (Andreasen, 2012).

Conceptos de Campañas de Concienciación

Una campaña de concienciación informa, educa y modifica actitudes hacia temas específicos, abordando problemas sociales como el TDAH para promover comprensión e inclusión (Kotler & Armstrong, 2016). En el TDAH, buscan reducir el estigma, fomentar la detección temprana y apoyar a familias y educadores, utilizando medios como redes sociales, impresos, radio, televisión y eventos comunitarios para maximizar su impacto (Smith & Zook, 2016).

Tipos de Campañas de Concienciación

Campañas Educativas:

Estas campañas se centran en proporcionar información clara y precisa sobre el TDAH, incluyendo síntomas, diagnóstico, tratamiento y estrategias de manejo. Utilizan materiales educativos como folletos, infografías, videos y presentaciones para educar a la comunidad escolar, padres y educadores (Lee, 2015).

Campañas de Impacto Emocional:

El uso de historias personales y testimonios crea una conexión emocional con la audiencia, humanizando el TDAH, reduciendo prejuicios y fomentando la empatía (Kotler & Keller, 2012). Relatar experiencias de niños y familias que enfrentan este trastorno ayuda a comprender sus desafíos y a promover un apoyo adecuado (Keller, Apéria, & Georgson, 2008).

Campañas en Redes Sociales:

Aprovechan el alcance de las plataformas digitales para difundir mensajes y contenido educativo, así como para fomentar la participación de la comunidad. Utilizan técnicas de marketing digital como hashtags, videos virales, publicaciones interactivas y colaboraciones con *influencers* para maximizar su visibilidad (Tuten & Solomon, 2017).

Campañas de Acción Directa:

Estas campañas promueven la participación activa de la comunidad en eventos como caminatas, talleres, conferencias, y "días de conciencia", donde los participantes pueden aprender, compartir experiencias y mostrar su apoyo al tema (Smith, 2020). Este tipo de campañas es particularmente efectivo para movilizar recursos locales y generar impacto a nivel comunitario.

Campañas Basadas en Alianzas Estratégicas:

Las campañas involucran la colaboración de escuelas, asociaciones de padres, autoridades locales y entidades de salud para ampliar su alcance y difundir el mensaje de forma efectiva. Estas alianzas comparten recursos, conocimientos y redes, fortaleciendo su impacto (Andreasen, 2012).

Estrategias de Marketing para la Campaña de Concienciación sobre el TDAH

Talleres Educativos Presenciales y Virtuales:

Organizar talleres tanto presenciales como virtuales dirigidos a padres y educadores para explicar qué es el TDAH, cómo afecta a los niños y qué estrategias pueden ayudar en su desarrollo (Aguirre Sánchez et al., 2022). Estos talleres se pueden promover mediante folletos, boletines escolares, y anuncios en redes sociales, creando también contenido atractivo como videos breves o infografías (Pulizzi, 2012).

***Storytelling* a través de Testimonios Reales:**

Utilizar el *storytelling* para conectar emocionalmente con la audiencia y humanizar el tema del TDAH. Compartir historias de padres, educadores y niños que han enfrentado este

trastorno puede ayudar a reducir el estigma y generar empatía (Kotler & Keller, 2012). Desarrollar videos cortos, publicaciones en blogs y artículos en medios locales puede ser efectivo para difundir estas experiencias (Brennan, et al., 2014).

Infografías y Material Visual Atractivo:

Crear infografías, carteles y folletos que expliquen los signos del TDAH, las mejores prácticas de manejo y los recursos disponibles es esencial para llegar a una audiencia más amplia (Pulizzi, 2012). Estos materiales deben ser distribuidos en las escuelas, eventos comunitarios, y a través de boletines electrónicos para educar a la comunidad de manera efectiva (Desimone et al., 2018).

Campaña en Redes Sociales con Enfoque Local:

Una campaña en plataformas como Facebook e Instagram, donde están presentes muchos padres y educadores (ADHDAwarenessMonth.org, 2024). Incluirá publicaciones educativas, gráficos, videos de expertos locales, y el uso de hashtags específicos y geolocalización para maximizar su alcance (CHADD, 2023)

Desarrollo de Guías Prácticas para Educadores y Padres:

Elaborar guías digitales y en papel que contengan estrategias prácticas para ayudar a los niños con TDAH en el aula y en casa (Kotler & Fox, 1995). Estas guías deben ser promovidas en eventos escolares, boletines electrónicos y redes sociales, ofreciendo versiones descargables desde los sitios web de las escuelas.

Mini-Campaña "Día de la Conciencia sobre el TDAH" en Escuelas:

Designar un día específico para realizar actividades relacionadas con el TDAH en las escuelas, como charlas dinámicas y distribución de materiales educativos (ADHDAwarenessMonth.org, 2024). Promover esta iniciativa con anticipación puede asegurar una mayor participación y generar cobertura en los medios locales.

Podcast Educativo Dirigido a Padres y Educadores:

Crear un podcast que discuta temas sobre el TDAH, estrategias educativas, y entrevistas con expertos puede aumentar la sensibilización (CHADD, 2023). Promover este podcast a través de boletines escolares, redes sociales y sitios web de asociaciones de padres y maestros puede aumentar su audiencia e impacto.

Colaboración con *Influencers* Locales y Figuras de Autoridad:

Involucrar a expertos en educación, psicología infantil, y figuras respetadas en la comunidad escolar en la campaña puede aumentar la credibilidad y el alcance de los mensajes (Kotler & Keller, 2012).

METODOLOGÍA

La metodología de este estudio se basó en un diseño no experimental, empleando un método lógico tanto inductivo como deductivo, con un enfoque mixto que combinó técnicas cuantitativas y cualitativas para abordar los objetivos de la investigación. El enfoque deductivo se utilizó para partir de teorías y conceptos existentes sobre el Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad (TDAH) y aplicarlos al contexto de los educadores, mientras que el enfoque inductivo permitió extraer conclusiones a partir de los datos recolectados sobre sus conocimientos y percepciones. El alcance de la investigación fue descriptivo y explicativo, ya que se centró en describir y analizar las percepciones de los educadores sobre el TDAH antes del diseño de la campaña de concientización.

La muestra del estudio estuvo compuesta por 22 profesores de una institución educativa, quienes participaron voluntariamente, proporcionando información valiosa sobre sus conocimientos y percepciones del TDAH. Para la recolección de datos, se utilizó un cuestionario de 10 preguntas diseñado específicamente para evaluar el conocimiento y las actitudes de los educadores hacia el TDAH, empleando una escala de Likert con preguntas

afirmativas y negativas para obtener una visión completa de sus percepciones.

El cuestionario inicial se administró a los 22 profesores para establecer una línea base de su conocimiento y percepciones sobre el TDAH antes de diseñar la campaña de concientización. A partir de los datos recopilados, se realizó una infografía, video corto, post de Facebook, material educativo digital como una propuesta de material educativo destinado a mejorar la comprensión del TDAH entre los educadores.

Los datos cuantitativos obtenidos de los cuestionarios fueron analizados utilizando estadísticas descriptivas para identificar tendencias en el conocimiento de los educadores, mientras que los datos cualitativos se analizaron mediante la codificación de respuestas abiertas, identificando temas y patrones recurrentes que sirvieron para constatar las percepciones de los educadores, en base a esto se debe diseñar una campaña de concientización.

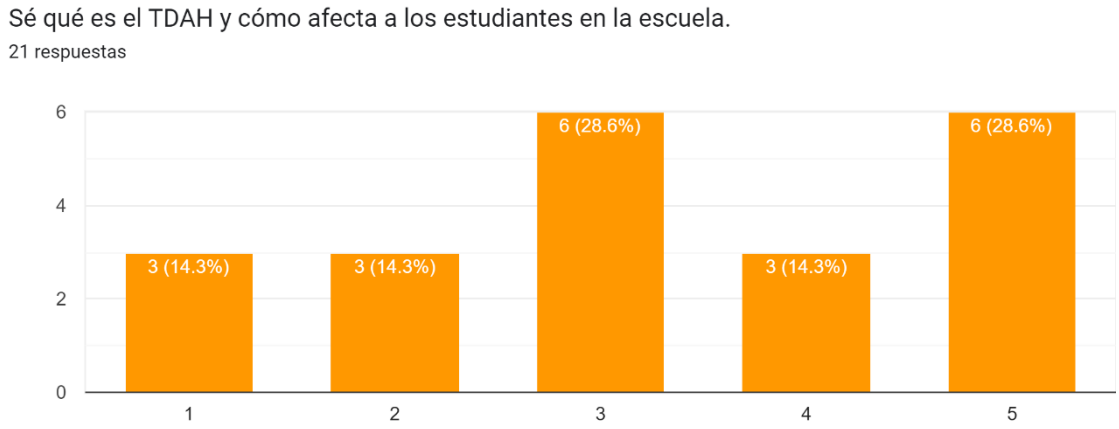
ANÁLISIS DE RESULTADOS

El presente análisis de resultados se enfoca en la investigación del nivel actual de conocimiento y las percepciones sobre el Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad (TDAH) entre educadores en escuelas. Con base en estos hallazgos, se diseñó una infografía, video corta, post de Facebook, material educativo digital, como propuesta de material educativo destinado a mejorar la comprensión, el manejo y el apoyo a los niños con TDAH, que ayudara a tener recomendaciones para la integración de programas de concientización en el currículo escolar.

Datos Cuantitativos

Figura 1

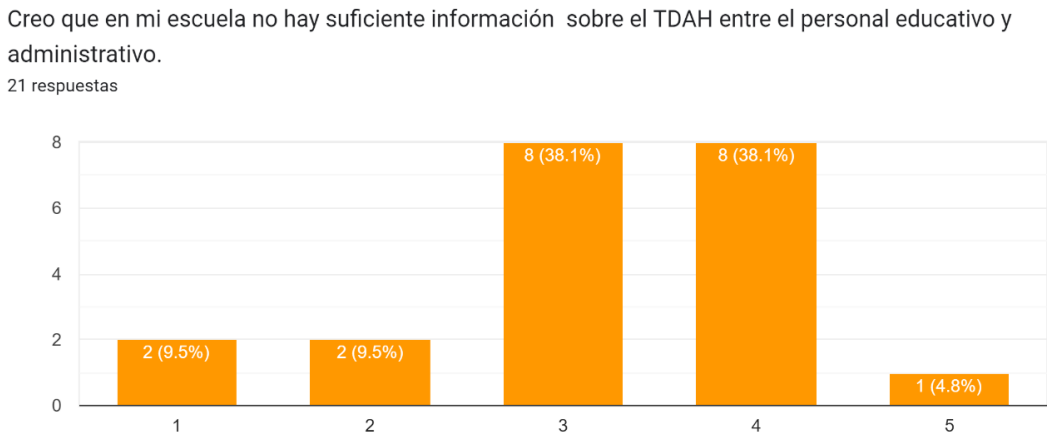
Conocimiento sobre el TDAH por parte de los profesores



Nota: del 100% de profesores encuestados el 14.3 % no están de acuerdo con la afirmación de la pregunta, en tanto que el 28.6% están totalmente de acuerdo con la afirmación de la misma, indicando así que existe menos de la mitad de los profesores que conocen sobre el TDAH

Figura 2

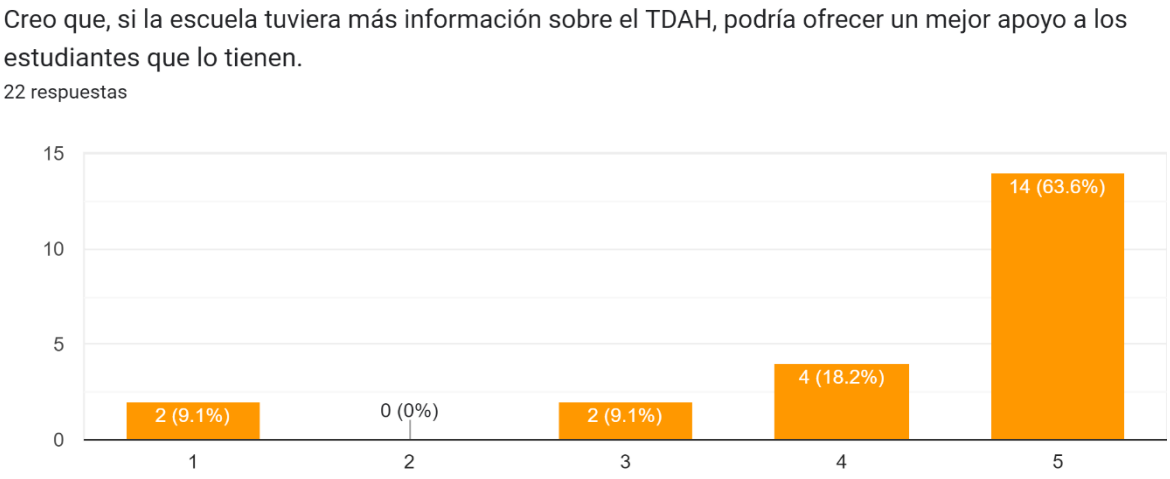
Información sobre el TDAH en la Institución



Nota: del 100% de profesores encuestados el 38.1 % indica estar de acuerdo con la afirmación en tanto que el 9.5% están en desacuerdo con la misma, indicando así que existe menos de la mitad de los profesores que hay la información necesaria en la institución sobre el TDAH.

Figura 3

La información coadyuva a mejorar el conocimiento



Nota: del 100% de profesores encuestados el 63.6 % indica estar de acuerdo con la afirmación en tanto que el 9.1% están en desacuerdo con la misma, indicando así que solamente si se mejoran los canales de comunicación y se fomentan las campañas informativas se puede lograr un mejor conocimiento y trato con los niños que poseen este trastorno en las escuelas.

Análisis Descriptivo

Cuantitativo

Los datos cuantitativos indican una tendencia positiva en el aumento del desconocimiento sobre el TDAH entre los educadores. La mayoría de los participantes reportaron sentirse menos informados para identificar y apoyar a los estudiantes con TDAH.

Cualitativo

Los datos cualitativos se enfocaron en la percepción del TDAH entre educadores revelaron una visión predominantemente negativa y estigmatizante hacia los niños con este trastorno. Muchos educadores los catalogan como "niños problema", "malcriados" o difíciles de manejar, atribuyendo su comportamiento a la falta de disciplina y no al TDAH. Aunque algunos reconocen la necesidad de darles más atención, muestran resistencia a asumir esa responsabilidad, argumentando que trabajar con ellos representa una carga adicional. Sin embargo, una minoría demostró comprensión y predisposición para apoyarlos, evidenciando que con una adecuada capacitación y sensibilización es posible transformar estas actitudes y mejorar el manejo educativo del TDAH.

Interpretación de Resultados

Los resultados obtenidos indican que existe desconocimiento sobre lo que es el TDAH, la estigmatización y el trato que conlleva tener un alumno con este trastorno, es por ello que la solución al problema planteado es el diseño de la campaña de concientización que será efectiva para aumentar el conocimiento, mejorar la percepción demás de la empatía de los educadores hacia los niños con TDAH. Este aumento en el conocimiento y la comprensión puede traducirse en prácticas educativas más inclusivas y efectivas, beneficiando directamente a los estudiantes con TDAH.

PROPUESTA DE CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN

TÍTULO DE LA CAMPAÑA:

"Conoce el TDAH: Entendiendo y Apoyando a Nuestros Niños"

Objetivo General:

Incrementar en un 50% el conocimiento sobre el TDAH entre padres y educadores de escuelas primarias en un periodo de 6 meses, mediante talleres educativos, materiales visuales y una campaña en redes sociales, con el fin de reducir estigmas y mejorar la percepción y manejo del TDAH en el entorno escolar.

Mensaje:

"El TDAH no define a un niño, pero nuestra comprensión sí define cómo los ayudamos a brillar. Aprende, entiende y apoya"

ESTRATEGIAS A DESARROLLAR:

Estrategia 1: Talleres Educativos Presenciales y Virtuales

Descripción:

Organizar una serie de talleres educativos dirigidos a padres y educadores en las escuelas primarias. Estos talleres explicarán qué es el TDAH, cómo se manifiesta, y brindarán estrategias efectivas para su manejo en el aula y en casa.

Estrategia de Marketing:

Promoción:

- Crear folletos y boletines para distribuir en las escuelas.
- Anunciar los talleres en las redes sociales de las escuelas.
- Diseñar infografías y videos breves que resuman la importancia de participar.
- Implementar una campaña de email marketing para enviar recordatorios a padres y educadores.

Plataformas:

- Sitios web de las escuelas, redes sociales (Facebook, Instagram).
- *Flyers* impresos y digitales distribuidas a través de boletines electrónicos.

Medición del Impacto:

- Encuestas pre y post-taller para medir el nivel de conocimiento adquirido por los participantes.

Estrategia 2: *Storytelling* a través de Testimonios Reales

Descripción:

Compartir testimonios de padres, educadores y niños que han enfrentado el TDAH, destacando sus desafíos y logros. Esto busca crear una conexión emocional y humanizar el tema.

Estrategia de Marketing:

Promoción:

- Publicar videos cortos de testimonios en las redes sociales y en la web de las escuelas.
- Publicar artículos en blogs o medios locales con las historias personales.
- Iniciar una serie de publicaciones en redes sociales bajo un hashtag (#MiHistoriaConTDAH), alentando a otros padres y educadores a compartir sus propias experiencias.

Plataformas:

- Facebook, Instagram, blogs escolares, y medios locales.

Medición del Impacto:

- Contabilizar las interacciones (likes, comentarios, shares) en redes sociales y el número de visitas a las publicaciones de testimonios
- .

Estrategia 3: Infografías y Material Visual Atractivo

Descripción:

Diseñar materiales visuales fáciles de entender (infografías, carteles, folletos) que expliquen los síntomas del TDAH, las mejores prácticas para su manejo, y los recursos disponibles para padres y educadores.

Estrategia de Marketing:

Promoción:

- Distribuir estos materiales en las escuelas (en tableros, eventos escolares).
- Compartir las infografías en los boletines escolares y redes sociales.
- Enviar correos electrónicos con los materiales visuales como recurso descargable.

Plataformas:

- Distribución física en las escuelas y digital en redes sociales y boletines electrónicos.

Medición del Impacto:

- Evaluar el nivel de distribución (número de materiales entregados) y la participación online (clicks en enlaces, descargas de materiales).

Estrategia 4: Campaña en Redes Sociales con Enfoque Local

Descripción:

Desarrollar una campaña de concientización sobre el TDAH en redes sociales, enfocada en la comunidad escolar, utilizando plataformas como Facebook e Instagram.

Estrategia de Marketing:

Promoción:

- Crear publicaciones regulares con contenido educativo, gráficos y videos de expertos locales.
- Utilizar hashtags locales (#ConoceElTDAH, #ApoyoEscolarTDAH).

- Implementar geolocalización para maximizar el alcance en la comunidad.

Plataformas:

- Facebook, Instagram.

Medición del Impacto:

- Medir el alcance de las publicaciones (engagement, alcance total) y la interacción en redes sociales.

Estrategia 5: Desarrollo de Guías Prácticas para Educadores y Padres

Descripción:

Elaborar guías prácticas para el manejo del TDAH en el aula y en casa, tanto en formato digital como impreso.

Estrategia de Marketing:

Promoción:

- Ofrecer las guías en eventos escolares y a través de boletines electrónicos.
- Promover las guías en redes sociales y en las webs escolares.
- Colaborar con asociaciones de padres para distribuir las guías.

Plataformas:

- Distribución física en las escuelas, sitios web de las escuelas, redes sociales, boletines electrónicos.

Medición del Impacto:

- Número de guías distribuidas y descargas de las versiones digitales.

Estrategia 6: Mini-Campaña "Día de la Conciencia sobre el TDAH" en Escuelas

Descripción:

Designar un día especial para actividades relacionadas con el TDAH en las escuelas, incluyendo charlas, dinámicas, y distribución de materiales educativos.

Estrategia de Marketing:

Promoción:

- Coordinar con las escuelas para establecer la fecha.
- Promover el evento con anticipación a través de carteles y anuncios en los sitios web escolares.
- Utilizar el día para captar la atención de los medios locales y generar cobertura mediática.

Plataformas:

- Eventos presenciales en escuelas, medios locales, redes sociales.

Medición del Impacto:

- Participación en el evento y cobertura mediática generada.

CONCLUSIONES

En conclusión, la propuesta de la campaña de concientización sobre el TDAH se basa en la identificación de necesidades específicas en cuanto al conocimiento y las percepciones de los educadores. Se recomienda, en base a los resultados obtenidos, desarrollar materiales educativos y propuestas de programas de formación continua para educadores que puedan ser integrados en el currículo escolar. Además, futuras investigaciones podrían enfocarse en áreas específicas de necesidad identificadas durante este estudio, como estrategias pedagógicas avanzadas y el manejo de comportamientos en el aula, así como en la implementación de una campaña.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguirre Sánchez, M., Sidera Caballero, F., Rostan-Sánchez, C., & Onandia Hinchado, I. (2022). Trastorno por déficit de atención e hiperactividad y su relación diagnóstica con el Trastorno por estrés postraumático infantil: Una revisión sistemática. Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes, 9(1), 10-18.

American Academy of Pediatrics. (2021). Clinical Practice Guideline for the Diagnosis, Evaluation, and Treatment of Attention-Deficit/Hyperactivity Disorder in Children and Adolescents. In Pediatric Clinical Practice Guidelines & Policies (21st ed.). https://doi.org/10.1542/9781610025034-part01-clinical

Andreasen, A. R. (2012). *Marketing Social Change: Changing Behavior to Promote Health, Social Development, and the Environment. Jossey-Bass.*

ADHDAwarenessMonth.org. (2024). *ADHD Awareness Month Resources. https://www.adhdawarenessmonth.org*

Bautista-Vallejo, J. M., & Amarilla Guirland, D. (2019). Sufrimiento psicológico y TDAH en las escuelas. Análisis crítico de cara a su intervención educativa. Educarnos, 36, 185-192. https://revistaeducarnos.com/wp-content/uploads/2020/01/articulo-jose.pdf

Brennan, R., Canning, L., & McDowell, R. (2014). Business-to-Business Marketing (3rd ed.). SAGE Publications. https://www.amazon.com/Business-B2B-Marketing-Ruth-Brennan/dp/1473913284

CHADD. (2023). Awareness Month - CHADD. https://chadd.org

Desimone, L. M., et al. (2018). Marketing educational services: A study of student preferences and institutional practices. Journal of Educational Marketing, 38(3), 181-199. https://doi.org/10.3102/0034654307300101

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing Management (14th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.

https://www.amazon.com/Marketing-Management-15th-Philip-Kotler/dp/0133856461

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Principles of Marketing (16th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Fox, K. F. A. (1995). Marketing educational services: A review of strategies and practices. Journal of Marketing for Higher Education, 6(2), 1-26. https://doi.org/10.1300/J050v06n02_01

Lee, N. R. (2015). Social Marketing: Influencing Behaviors for Good (5th ed.). SAGE Publications.

Martínez, A. (2020). Educational marketing as a strategy for school improvement. Journal of School Improvement, 15(1), 45-60. https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED626625.pdf

Molina-Torres, J., Orgilés, M., & Servera, M. (2022). El TDAH en la etapa preescolar: Una revisión narrativa. Revista de Psicología Clínica con Niños y Adolescentes, 9(3), 1-9. https://doi.org/10.21134/rpcna.2022.09.3.5.

Pulizzi, J. (2012). *Content marketing in education: Creating educational value through digital content. Content Marketing Institute*

Rodríguez-Salinas, E., Navas, M., González, P., Fominaya, S., & Duelo, M. (2006). La escuela y el trastorno por déficit de atención con/sin hiperactividad (TDAH). Revista Pediatría de Atención Primaria, 8(Supl 4), S175-S198.

Rusca Jordán, F., & Cortez Vergara, C. (2020). Trastorno por déficit de atención con hiperactividad (TDAH) en niños y adolescentes. Una revisión clínica. Revista de Neuro-Psiquiatría, 83(3), 148-156. http://www.scielo.org.pe/pdf/rnp/v83n3/0034-8597-rnp-83-03-148.pdf

Smith, S. (2020). *Nonprofit Marketing: A Guide to the Strategies and Tools that Make Fundraising Work. Wiley*

Smith, W. A., & Zook, Z. (2016). Marketing Social Change: Changing Behavior to Promote Health, Social Development, and the Environment. Jossey-Bass.

Sunción Aching, J. M. (2020). Desorden atencional asociado a trastorno de déficit de atención con hiperactividad - TDAH en la escuela [Trabajo académico de segunda especialidad en Psicopedagogía, Universidad Nacional de Tumbes]. Universidad Nacional de Tumbes. https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/63678/TRABAJO%20ACADEMICO%20-%20SUNCION%20ACHING.pdf?sequence=1

Serrano Galarza, V. M. (2022). Programa de estrategias metodológicas para niños con déficit de atención e hiperactividad en una escuela de Guayaquil, Ecuador 2021 [Tesis doctoral, Universidad Nacional de Tumbes]. Universidad Nacional de Tumbes. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/94194/Serrano_GVM-SD.pdf?sequence=1

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing. SAGE Publications.*

ANEXOS

Anexo 1

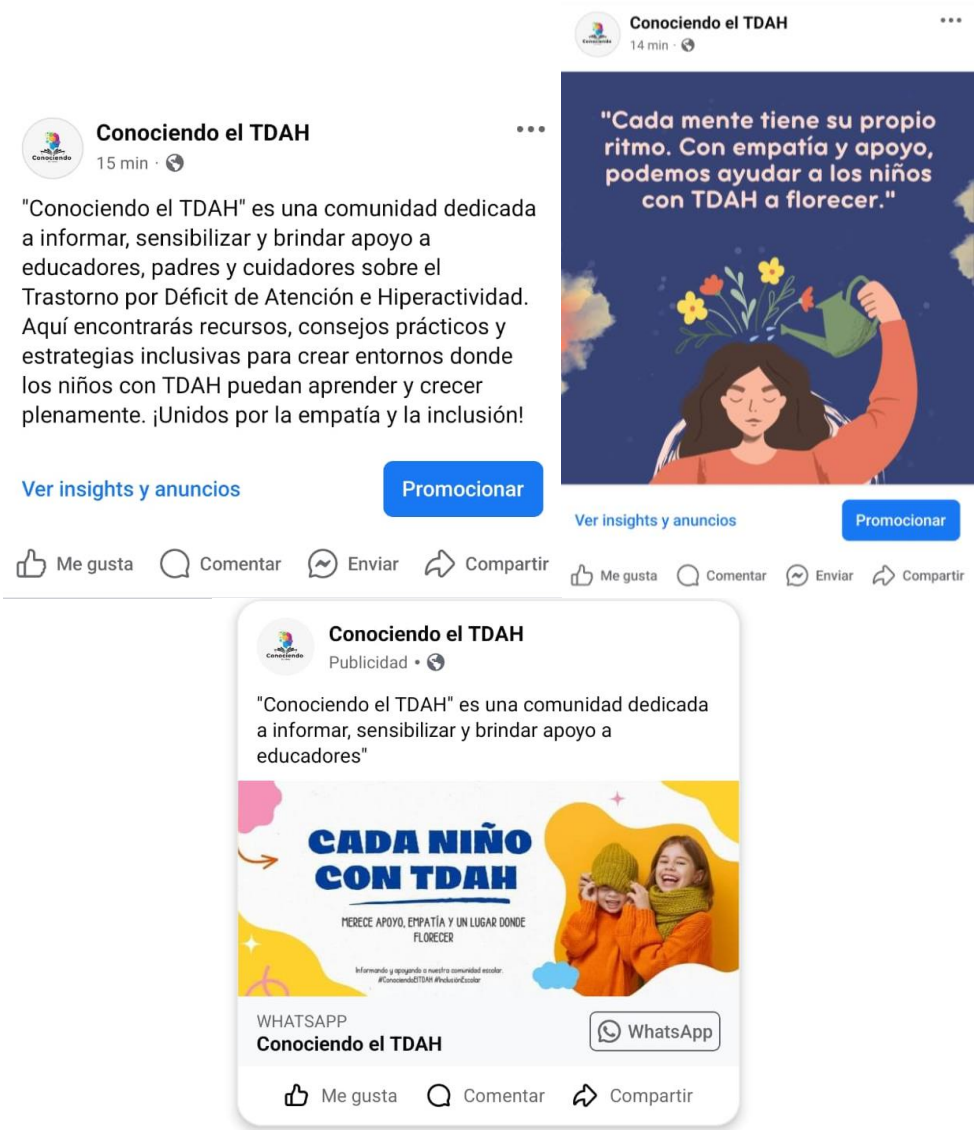
Descripción: Infografía diseñado como propuesta de material educativo destinado a mejorar la comprensión del TDAH entre los educadores.

Anexo 2

https://www.canva.com/design/DAGXs8YUa3A/H-I25Ve71k8HpBpqNtlUAA/watch?utm_content=DAGXs8YUa3A&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor

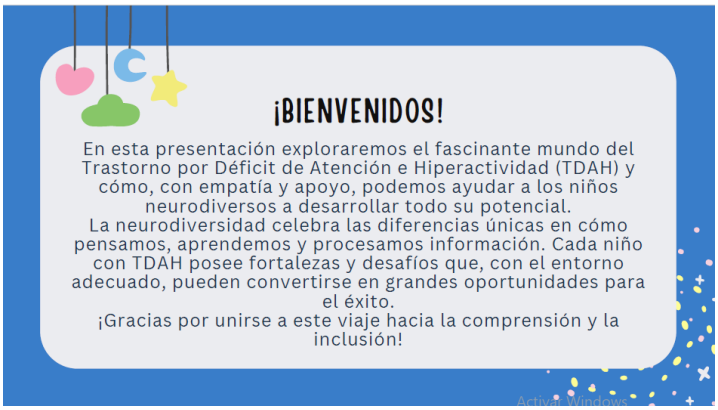
Descripción: El video "Pequeñas acciones, grandes cambios para niños con TDAH", de 9 segundos, busca sensibilizar a educadores y padres sobre la importancia de la empatía y estrategias simples para apoyar a niños con TDAH, promoviendo un entorno escolar inclusivo.

Anexo 3



Descripción: La imagen *"Cada mente tiene su propio ritmo"* ilustra cómo la empatía y el apoyo ayudan a los niños con TDAH a florecer, promoviendo inclusión y comprensión en su entorno escolar.

Anexo 4



Descripción: Este material sensibiliza y educa sobre el TDAH en niños, abordando sus características, desafíos y fortalezas. Ofrece estrategias inclusivas para educadores y padres, promoviendo la empatía y el apoyo en entornos escolares y familiares.