



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria, FAREM-Estelí

Diseño de campaña publicitaria para padres de familias orientada a la estimulación temprana en niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor, en el Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center de la Ciudad de Estelí, durante el segundo semestre 2022

Autores

Vanessa Gissell Osorio Gonzalez

Keydell Karolina Pinell Pérez

Tutores

Msc. Andrea Lucia Córdoba Peralta

Lic. Henry Jafet Escalante Morales

Estelí, 06, Febrero, 2023



Dedicatoria

Agradecemos el presente trabajo a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a nuestros padres y a nuestras madres por ser los principales motores de nuestros sueños, por confiar y creer en nosotras, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado. Sobre todo, por los sacrificios que han realizado a lo largo de estos cinco años de nuestra carrera, nos sentimos muy orgullosas de ser sus hijas y es por ello que este esfuerzo es dedicado con mucho amor y cariño a ustedes también.

Agradecemos a nuestros docentes de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, UNAN-Managua. FAREM-Estelí, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de nuestra carrera, de manera especial, a la Master Andrea Lucia Córdoba Peralta y al Master Henry Jafet Escalante Morales, tutores de nuestro proyecto de investigación quienes ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docentes, y al personal del Centro de Evaluaciones y Terapias integrales "Baby Center" por su valioso aporte para nuestra investigación.

A nuestros familiares por su apoyo moral y acompañamiento a lo largo de esta etapa de nuestras vidas.

A nuestros compañeras y compañeros, ya que hemos compartido los buenos y malos momentos que solo se viven en la Universidad a lo largo de estos cinco años y que con los y las que llegamos a crear lazos fuertes que perduraran por siempre.

Agradecimiento

El presente trabajo de investigación está dedicado a:

A Dios por habernos dado sabiduría y fuerza guiándonos en el trayecto de la vida.

A nuestros padres, madres, y a la Universidad porque nos han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcarnos el ejemplo de esfuerzo, valentía y amor que nos han permitido formarnos como profesionales.

A nuestros hermanos, hermanas, familia, amistades y todas las personas que nos han acompañado con su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar con nosotras en todo momento, porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de nosotras una mejor persona y de una u otra forma nos acompañan en todos nuestros sueños y metas.

Carta Aval



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

2022: "Vamos por más victorias educativas"

Estelí, 03 de febrero de 2023

CONSTANCIA

Por este medio estamos manifestando que la investigación: Diseño de campaña publicitaria para padres de familia, orientada a la estimulación temprana, en niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor, en el Centro de Evaluación y Terapias Integrales Baby Center de la ciudad de Estelí, durante el segundo semestre 2022, cumple con los requisitos académicos de la clase de Seminario de Graduación, para optar al título de Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia.

Los autores de este trabajo son las estudiantes: Vanessa Gissell Osorio González con número de carné 18500093, Keydell Karolina Pinell Pérez con número de carné 18500170; y fue realizado en el II semestre de 2022, en marco de la asignatura de Seminario de Graduación, cumpliendo con los objetivos generales y específicos establecidos, que consta en el artículo 9 de la normativa, y que contempla un total de 60 horas permanentes y 240 horas de trabajo independiente.

Consideramos que este estudio será de mucha utilidad para la universidad, la comunidad estudiantil y las personas interesadas en esta temática.

Atentamente

MSc. Andrea Lucía Córdoba Peralta
Número ORCID: 0000-0002-4829-5990
FAREM-Estelí, UNAN-Managua

Lic. Henry Jafet Escalante Morales
Número ORCID: 000-0003-2938-9323
FAREM-Estelí, UNAN-Managua

Cc/ Archivo

Resumen

Esta investigación expone el resultado de un proceso de creación relacionado al diseño de una campaña publicitaria dirigida a los padres y madres de familia, orientada a la estimulación temprana en el Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center de la ciudad de Estelí. La estimulación temprana considera múltiples acciones que favorecen el desarrollo del niño y niña en sus primeros años de vida y, a su vez brinda una gama extensa de actividades que inciden en la construcción de habilidades sociales que se ponen de manifiesto en la conducta. El presente estudio demuestra los beneficios de la realización de una campaña publicitaria enfocada en la estimulación temprana en el desarrollo psicomotriz de los niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor. Este estudio se realizó con un enfoque descriptivo, mediante un estudio mixto. Mediante distintas herramientas de investigación y recopilación de datos, se determinó la necesidad de la creación de una campaña publicitaria, llegando a la conclusión de la importancia de la aplicación de una campaña publicitaria que permita promocionar al centro de estudios Baby Center y su lugar en la estimulación temprana y el desarrollo psicomotriz de la vida del niño y niña.

Palabras clave: retraso psicomotor, campaña publicitaria, diseño gráfico, estimulación temprana.

Abstract

This research exposes the result of a creation process related to the design of an advertising campaign aimed at parents, aimed at early stimulation at the Baby Center for Evaluations and Integral Therapies in the city of Estelí. Early stimulation considers multiple actions that favor the development of the child in their first years of life and, in turn, provides an extensive range of activities that affect the construction of social skills that are manifested in behavior. The present study demonstrates the benefits of conducting an advertising campaign focused on early stimulation in psychomotor development of children from 0 to 6 years of age with psychomotor retardation. This study was conducted with a descriptive approach, using a mixed study. Through different research and data collection tools, the need for the creation of an advertising campaign was determined, concluding the importance of the application of an advertising campaign that allows promoting the Baby Center and its place in the early stimulation and psychomotor development of the child's life.

Keywords: Psychomotor delay, advertising campaign, Graphic design, Early stimulation.

Índice de contenido

I. Introducción.....	11
II. Antecedentes	13
2.1 Antecedentes Internacionales	13
2.2 Antecedentes Nacionales.....	15
2.3 Antecedentes Locales	15
III. Planteamiento del Problema.....	17
3.1 Caracterización General del Problema.....	17
3.2 Preguntas de Investigación	17
IV. Justificación	19
V. Objetivos de investigación.....	20
5.1 Objetivo General	20
5.2 Objetivos Específicos	20
VI. Fundamentación teórica.....	21
6.1 Diseño Gráfico.....	21
6.1.1 Concepto	21
6.1.2 Tipos de Diseño Gráfico	21
6.1.3 Fundamentos del Diseño Gráfico	22
Principios del color	23
6.1.4 Brief creativo	24
6.2 Campañas Publicitarias.....	26
6.2.1 Concepto	26
6.2.2 Tipos de Campaña Publicitaria.....	26
6.2.3 Comunicación.....	29
6.3 Retraso Psicomotor	30
6.3.1 Concepto	30
6.3.2 Importancia del desarrollo psicomotor	32
6.3.3 Diagnóstico.....	32
6.3.4 Tratamiento	32
6.4 Estimulación temprana.....	33
6.4.1 Concepto	33

6.4.2 Historia	33
6.4.3 Importancia de la estimulación temprana	34
6.4.4 Psicología para la educación.....	35
6.4.5 Recursos de estimulación temprana	39
VII. Matriz de categorías.....	47
VIII. Diseño Metodológico	50
8.1 Tipo de Investigación	50
8.2 Área de estudio	51
8.2.1 Área de conocimiento.....	51
8.2.2 Área Geográfica	51
8.3 Población y muestra / Sujetos participantes.....	51
8.4 Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos	52
8.5 Etapas de la investigación.....	53
IX. Análisis y discusión de resultados	55
9.1 Principales actividades de estimulación temprana	55
9.2 Campaña publicitaria “Juntos por en desarrollo mejor”	58
9.3 Validación campaña publicitaria	84
X. Conclusiones.....	87
XI. Recomendaciones	89
XII. Referencias Bibliográficas	90
XIII. Anexos	93
Anexo 1. Modelo de Encuesta realizada a padres y madres de familia	93
Anexo 2. Modelo de entrevista dirigida a Psicóloga escolar.....	97
Anexo 3. Modelo de entrevista dirigida a Terapeuta	100
Anexo 4. Validación instrumentos encuesta y entrevista	103
Anexo 5. Matriz de Entrevista a psicóloga del centro.....	108
Anexo 6. Matriz de Entrevista a Terapeuta del centro.....	118
Anexo 7. Modelo de Validación campaña “Juntos por un Desarrollo Mejor”	128

Índice de Figuras

Figura 1. <i>¿Le gustaría que se diseñara una campaña publicitaria sobre el retraso psicomotor?</i>	59
Figura 2. <i>Gráfico de. ¿Qué tipos de redes sociales utiliza?</i>	60
Figura 3. <i>¿Cuál creé que serían los beneficios de realizar una campaña publicitaria sobre el retraso psicomotor en redes sociales?</i>	61
Figura 4.....	62
Figura 5. <i>Gráfico de Partes del Isotipo de campaña.</i>	63
Figura 6. <i>Gráfico de Isotipo de campaña.</i>	64
Figura 7. <i>Isotipo negativo y positivo de campaña</i>	64
Paleta de colores	65
Figura 8. <i>Gráfico de Paleta de colores</i>	65
Plataforma Digital.....	65
Figura 9. <i>Mockup Página y Post de Facebook</i>	66
.....	66
Figura 10. <i>Portada de Facebook</i>	67
Tipografía	67
Figura 11. <i>Tipografía</i>	67
Piezas graficas.....	68
Figura 12. <i>Afiche N°1 Estimulación</i>	69
Figura 13. <i>Afiche N°2 ¿Qué es el retraso psicomotor?</i>	70
Figura 14. <i>Afiche N°3 Beneficios de los juegos</i>	71
.....	71
Figura 15. <i>Secuencia de post N°1 alimentación adecuada.</i>	72
Figura 16. <i>Post N°1 ¿Qué son los hitos del desarrollo?</i>	73
Figura 17. <i>Reel N°1 estimula la creatividad.</i>	74
Figura 18. <i>Reel N°2 habilidades motoras.</i>	75
Figura 19. <i>Reel N°3 Juegos como base del aprendizaje.</i>	76
Figura 20. <i>Post N°2 ¿Qué es la estimulación temprana?</i>	77
Figura 21. <i>Post N°3 ¿Quiénes participan en la estimulación del niño?</i>	78
Figura 22. <i>Post N°4 “Juntos por un desarrollo mejor”</i>	79

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Cuadro de matriz de categorías.</i>	47
Tabla 2. <i>Presupuesto aproximado de campaña publicitaria "Juntos por un desarrollo mejor"</i>	80
Tabla 3. <i>Cronograma de publicaciones de la campaña "Juntos por un desarrollo mejor".</i>	82
Tabla 4. <i>Matriz de Entrevista a psicóloga del centro</i>	108
Tabla 5. <i>Matriz de Entrevista a Terapeuta del Centro</i>	118

I. Introducción

La presente investigación, que se titula Diseño de campaña publicitaria para padres de familias orientada a la estimulación temprana en niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor en el Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center de la Ciudad de Estelí, durante el II semestre, 2022. Se identificaron y analizaron las principales problemáticas a nivel social sobre el retraso psicomotor. El establecimiento escogido, para la realización de este proyecto ha sido el Centro de Evaluaciones y terapias integrales Baby Center en la ciudad de Estelí.

El desarrollo psicomotor de los niños y niñas de 0 a 6 años de edad es de gran relevancia para las diferentes etapas del crecimiento, y a la vez para la adquisición de habilidades y destrezas, las mismas que aportaran para el desarrollo general del niño y la niña.

Este periodo es de gran importancia debido a que el desarrollo del cerebro dentro de estas edades es de eje primordial para la adquisición de conocimientos. Los primeros años de vida se caracterizan por tener un alto grado de plasticidad neuronal, el mismo que permite la adquisición de funciones básicas como el control postural, la marcha o el lenguaje.

Este documento está conformado principalmente por antecedentes los cuales abordan el tema de la importancia de campañas sociales; un planteamiento del problema que aborda la problemática del desarrollo psicomotor en nuestro país; una justificación que habla sobre el desarrollo del retraso psicomotor y todos los hitos del desarrollo; una fundamentación teórica la cual está conformada por cuatro puntos, el primer punto habla sobre Diseño gráfico, el segundo punto habla sobre Campaña publicitaria, como tercer punto habla sobre el retraso psicomotor y por ultimo sobre estimulación temprana; un diseño metodológico donde mediante la implementación de instrumentos se recolecto información a sujetos especializados sobre el tema del retraso psicomotor y la estimulación temprana. Por último, se relata sobre los análisis y resultados que buscan

cumplir con los objetivos de esta investigación, así como conclusiones y recomendaciones.

II. Antecedentes

Se realizaron múltiples estudios internacionales, nacionales y locales con largos periodos de seguimiento que han presentado como principales objetivos de investigación analizar, conocer y determinar las principales problemáticas y factores sobre el retraso psicomotor; así como la promoción de conciencia social mediante campañas en distintos medios. A continuación, se mencionan algunos;

2.1 Antecedentes Internacionales

Fuentes Arroba (2019) realizó la investigación llamada la importancia del diseño de una campaña publicitaria para el posicionamiento de la fundación asistencial armada nacional (Fasan) en el sur de la ciudad de Guayaquil. En su investigación menciona lo siguiente:

- Fuentes Arroba para su investigación estableció como objetivo general determinar la importancia del diseño de una campaña publicitaria para el posicionamiento de la fundación FASAN en el sur de la ciudad de Guayaquil. Ya que determinó la problemática la cual es que, dentro de los 28 años de creación, la Fundación FASAN, solo se ha dado a conocer por medio de díptico (diseñados por ellos mismos) y por actividades internas que realizan en la Base Naval Sur. No han desarrollado ningún tipo de campaña publicitaria resaltando un mensaje el cual ayude al posicionamiento de la marca.
- A través del desarrollo de su investigación Fuentes Arroba (2019) llegó a la conclusión de que se pudo determinar que la Fundación FASAN necesitaba de un mensaje para la campaña de posicionamiento siendo así que se creó el mensaje “JUNTOS SONRIAMOS”, adicional dentro de los elementos de diseño que se escogieron fueron la sonrisa de los niños, las imágenes de las instalaciones, los logros de los niños y jóvenes de la Fundación y del personal que labora en la institución.

- Esta investigación concluye en la importancia de las campañas para el crecimiento de una organización social y la transmisión del mensaje, la cual tiene una fuerte relación con nuestra investigación.

Alcocer Villacis (2022) efectuó la investigación llamada Intervención Temprana En niños con retraso psicomotor de 0 a 6 Años de la universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. En su investigación menciona lo siguiente:

- Alcocer Villacis para su investigación definió el objetivo general que consiste en analizar de qué manera la intervención temprana influye en niños con retraso psicomotor de 0 a 6 años. Ya que determinó la problemática la cual es que, este trastorno puede manifestarse individualmente o globalmente, lo que significa que puede estar afectado no solo a nivel de sus destrezas motoras sino también de sus habilidades para jugar, comunicarse y solucionar problemas en otros casos el retraso es menos evidente pues solo afecta el lenguaje, la habilidad social o la capacidad para caminar.
- Alcocer Villacis determinó la importancia de esta investigación la cual menciona que la detección, evaluación e intervención temprana del retraso psicomotor independientemente de cualquier condición diagnóstica es importante y necesaria para mejorar el desarrollo evolutivo a través del despertar sensorial y cognitivo de niño de 0 edad a 6 años.
- A través del desarrollo de su investigación Alcocer Villacis llegó a la conclusión de que la presente investigación será un recurso que fortalecerá las bases de la primera infancia, permitiendo desarrollar el proceso de enseñanza- aprendizaje valiéndonos de ambientes lúdicos, confortables de convivencia e interacción.
- Esta investigación concluye en la importancia de conocer las diferentes referencias teóricas metodológicas de la intervención temprana en niños con retraso psicomotor de 0 a 6 años, la cual influye en nuestra investigación.

2.2 Antecedentes Nacionales

Cuadra Solís (2017) llevo a cabo la investigación llamada Campaña educativa: “Seguridad en las redes” De La Universidad Centroamericana Facultad de Humanidades y Comunicación. En su investigación menciono lo siguiente:

- Cuadra Solís para su investigación estableció el objetivo general que consiste en diseñar una campaña educativa sobre privacidad en redes sociales con el fin de brindar herramientas para la seguridad digital a padres y madres del estudiantado de cuarto grado “C” del colegio Salesiano “Don Bosco”, Masaya.
- A través del desarrollo de su investigación Cuadra Solís llego a la conclusión de que los padres y madres ignoraban las herramientas avanzadas que proporcionaba el motor de búsqueda Google, confiando en páginas de información pirata y de baja calidad.
- Esta investigación concluye con la importancia de Diagnosticar la problemática actual, que recae en el uso de las redes sociales es parte de la importancia y la razón social de las campañas educativas, por lo cual es vinculante con nuestra investigación.

2.3 Antecedentes Locales

Calderón Osorio, López Ramírez y Torres Velásquez (2018) ejecutaron la investigación llamada Técnicas para la estimulación del desarrollo de la motora fina en niños y niñas del III nivel de preescolar Fabretitto durante el segundo semestre del año 2018 del municipio de Estelí. En su investigación mencionaron lo siguiente:

- Calderón Osorio, López Ramírez y Torres Velásquez para su investigación definieron el objetivo general que consiste en Desarrollar técnicas para la estimulación de la motora fina, en niños y niñas de III nivel del preescolar Fabretitto, durante el segundo semestre del año 2018 del municipio de Estelí. Ya que determinaron la problemática la cual es que, Si no hay una adecuada

estimulación por parte de los docentes y padres de familia por fortalecer esta área sensorio motriz, el niño o niña podría verse afectado en el desarrollo del conocimiento, inteligencia, déficit en la creatividad, en la coordinación manual donde el niño se conduce al dominio de la mano, los dominios voluntarios de los músculos de la cara que le permiten su expresión corporal y, sobre todo graves consecuencias en las exigencias que implica la siguiente etapa educativa (primer grado).

- Calderón Osorio, López Ramírez y Torres Velásquez establecieron la importancia de esta investigación la cual menciona que con esta investigación se beneficia al centro educativo, docente, padres de familia, comunidad educativa general y en especial a los niños y niñas que son los beneficiarios directos. Porque entran en una etapa de inicio del aprendizaje formal, tienen una locomoción muy coordinada y poseen movimientos finos en espacios reducidos.
- A través del desarrollo de su investigación Calderón Osorio, López Ramírez y Torres Velásquez llegaron a la conclusión de que se pudo determinar la necesidad de desarrollar ciertas técnicas en forma secuencial y constante, para seguir fortaleciendo el desarrollo de la motora fina, como son las técnicas innovadoras, que no requiere de grandes costos, ya que se evidencia en su aplicación mayor control de sus movimientos, y trabaja de manera más independiente.
- Esta investigación concluye en la importancia de conocer e implementar las diferentes técnicas para el desarrollo de las habilidades la motora fina en la educación inicial, lo cual conlleva a influenciar sobre nuestra investigación por la importancia sobre el conocimiento e implementación de técnicas para el desarrollo del niño y la niña.

III. Planteamiento del Problema

3.1 Caracterización General del Problema

El retraso del desarrollo psicomotor es una alteración que se presenta con alta incidencia en nuestro país y puede causar discapacidad si no es atendido oportunamente. Referido como retraso del desarrollo, se trata de una alteración en los niveles de maduración ya sea neurológica, psicomotora, sensitivo, perceptivo, psicológica y de lenguaje que pueden causar o no una discapacidad. Esto puede presentarse en niños que con factores de riesgo como; Desnutrición, inadecuada atención, ya sea en el embarazo, en el parto, en los primeros días o en los primeros años de vida.

En la actualidad la estimulación temprana, se ha convertido en una de las mejores armas, para mejorar el desarrollo de los y las niñas. No solo ayuda a mejorar su progreso y a reducir sus problemas, sino que también contribuye a mejorar las relaciones con sus padres y el contorno.

En el municipio de Estelí, existen centros especializados, para el desarrollo y estimulación temprana en niños y niñas en sus primeros años de su vida; sin embargo el de Evaluaciones de terapias integrales Baby Center, como la institución especializada de renombre en la localidad no cuenta con campañas publicitarias, que permitan promocionar sus servicios y hacer conciencia ante la población; lo cual genera desinformación, provocando que los padres de familia no acudan a terapia para sus hijos e hijas, solamente hasta que estos presentan signos avanzados de algún padecimiento en su desarrollo psicomotor.

3.2 Preguntas de Investigación

Según la problemática antes referida y con el fin de cumplir con los objetivos de esta investigación, se determinó una pregunta general la cual se respondió en esta

investigación. La pregunta general es: ¿Es necesaria la creación de una campaña publicitaria para el centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center acerca de la estimulación temprana para niños y niñas de 0 a 6 años de edad con el retraso psicomotor? Además de la pregunta general se definieron las siguientes preguntas secundarias: ¿Cuáles son las principales actividades de estimulación temprana que realiza el centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center ante la problemática de retraso psicomotor?, ¿Cuál será la importancia de crear una campaña publicitaria a partir de la atención que brinda el centro Baby Center, mediante material gráfico que aborde temáticas de estimulación temprana?, ¿Podrá posicionar una campaña publicitaria sobre la estimulación temprana al Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center?

IV. Justificación

Partiendo de la carencia de instrumentos para la realización de una campaña publicitaria en el centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center, Estelí, la siguiente investigación conto con los principios fundamentales de identificar, analizar, recopilar información del concepto de estimulación temprana en niñas y niños con retraso psicomotor, y como este puede ser implementado como contenido de una campaña publicitaria efectiva.

La realización de esta campaña publicitaria, logra transmitir metodos de estimulación temprana, diagnósticos y procesos de adaptación en la rutina del hogar, permitiendo afianzar los lazos familiares y permitir a su vez que los niños y niñas con retraso psicomotor, puedan adaptarse con naturalidad a la sociedad.

Este tema fue seleccionado por su relevancia social y la facilidad que permiten las redes de interacción social, para la realización de una campaña que pueda beneficiar al Centro de Evaluaciones y terapias integrales Baby Center. Para esta investigación, identificar desde su etapa temprana, cualquier tipo de trastorno, que se ramifica del retraso psicomotor es de suma importancia, ya que la cultura social, produce que los padres de familia tengan por creencias de que en lugar de padecer retraso psicomotor, sus hijos e hijas sean hiperactivos, silenciosos, compulsivos, tengan debilidades relacionadas a la socialización, lenguaje y su movilidad física; por lo tanto la realización de una campaña publicitaria que aborde lo anterior, además de beneficiar a través del posicionamiento al Centro Baby Center, permitirá crear conciencia ante la población.

V. Objetivos de investigación

5.1 Objetivo General

Diseñar una campaña publicitaria para padres de familia orientada a la estimulación temprana en niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor.

5.2 Objetivos Específicos

- Identificar las principales actividades de estimulación temprana que realiza el centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center ante la problemática de retraso psicomotor.
- Crear la campaña publicitaria a partir de la atención que brinda el centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center, mediante material gráfico que aborde temáticas de estimulación temprana, con el fin de integrar y fortalecer conocimientos a padres y madres.
- Validar la campaña publicitaria sobre la estimulación temprana para niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor.

VI. Fundamentación teórica

En este apartado se examinaron los principales fundamentos teóricos que se relacionan con el problema de investigación y que fueron útiles para el análisis y valoración de los datos obtenidos a través de las técnicas aplicadas para la recopilación de la información.

Dentro de ellos se analizan los siguientes cuatro capítulos: Diseño gráfico, Campaña publicitaria, Retraso psicomotor y Estimulación temprana.

6.1 Diseño Gráfico

6.1.1 Concepto

De acuerdo a UNIR (2021) el diseño gráfico es el diseño de formatos visuales para transmitir mensajes es una práctica que lleva décadas asociada al mundo de la publicidad. Sin embargo, con la llegada del internet, se ha desarrollado en gran medida y ha alcanzado nuevas cotas de creatividad.

De ahí que, en la actualidad, los especialistas ya no solo utilizan una imagen, sino que se apoyan en medios audiovisuales para conseguir una mayor efectividad. La comunicación visual ha dejado de ser estática para pasar a ser algo muy dinámico. Esto ha convertido al diseño gráfico en una disciplina mucho más amplia y cada vez más importante para las empresas.

6.1.2 Tipos de Diseño Gráfico

El Diseño Gráfico al ser una ciencia visual, este está caracterizado, por cada una de las ramas en las que se implementa. Las ramas o tipos del diseño gráfico son:

- **Diseño editorial**

Si dos décadas atrás te hubieras preguntado qué es el diseño gráfico, hubieras encontrado el mejor ejemplo en el diseño editorial, ya que podríamos decir que es el diseño por excelencia.

El diseño editorial es el encargado del conjunto de composiciones que dan lugar a portadas atractivas en libros y revistas.

- **Diseño para el entorno digital**

Es el diseño gráfico que más se ha popularizado en los últimos tiempos. El diseño para el entorno digital está muy vinculado con otras disciplinas, como el User Experience (UX), que contribuye a que la experiencia de los usuarios en una web o una aplicación sea lo mejor posible. Otro ejemplo es el diseño multimedia, que consiste en la adaptación de creatividades para los nuevos formatos y medios.

- **Diseño de marca**

Implica la creación de todos los elementos visuales que ayudarán a los consumidores a identificar rápidamente una marca. Por ejemplo, el diseño de logotipos.

6.1.3 Fundamentos del Diseño Gráfico

Los elementos de fundamentos de Diseño Gráfico según Wong (1991) formarán la base de todas nuestras futuras discusiones.

Los elementos están muy relacionados entre sí y no pueden ser fácilmente separados en nuestra experiencia visual general. Tomados por separado, pueden parecer bastante abstractos, pero reunidos determinan la apariencia definitiva y el contenido de un diseño. Se distinguen en cuatro grupos de elementos:

Elementos conceptuales:

Los elementos conceptuales no son visibles, no existen de hecho, sino que parecen estar presentes, Por ejemplo, creemos que hay un punto en el ángulo de cierta forma, que hay una línea en el contorno de un objeto, que hay planos que envuelven un volumen y que un volumen ocupa un espacio.

Elementos visuales:

Los elementos visuales forman la parte más prominente de un diseño, porque son lo que realmente vemos.

Elementos de relación:

Este grupo de elementos gobierna la ubicación y la interrelación de las formas en un diseño. Algunos pueden ser percibidos. Como la dirección y posición: Otros pueden ser sentidos, como el espacio y la gravedad.

Principios del color

Según Wong (1988) la percepción del color está asociada con la luz y con modo en que esta se refleja Nuestra. Percepción del color cambia Cuando se modifica una fuente luminosa o cuando la superficie que refleja la luz esta manchada o revestida de un pigmento diferente.

Colores Neutros

La mezcla de pigmentos negros y blancos en proporciones variables produce una serie de gases. Esos grises, junto con el negro y el blanco, son denominados colores neutros.

Colores Cromáticos

Nuestra idea común del color se refiere a los colores cromáticos, relacionados con el espectro que puede observarse en el arco iris. Los colores neutros no forman parte de esta categoría y pueden denominarse colores acromáticos.

Todo color cromático puede describirse de tres modos. El tono es el atributo que permite clasificar los colores como rojo, amarillo, azul, etc.

Tono

El término tono se confunde a menudo con color, pero hay una diferencia: las variaciones de un único tono producen colores diferentes. Por ejemplo, tono rojo puede ser rojo claro, rojo oscuro, rojo apagado, o brillante, y estas son variaciones de color dentro del mismo tono.

6.1.4 Brief creativo

De acuerdo a Godoy (2016) el brief es una herramienta determinante para el desarrollo estratégico de una campaña publicitaria, es un documento que sirve como referencia para empezar el proceso creativo de una campaña. En este se obtiene toda la información necesaria para determinar las estrategias para la campaña publicitaria, este instrumento de comunicación propone buscar los diferentes caminos y soluciones a las necesidades del cliente para la promoción de su idea.

Creación de un brief

Se debe tomar en cuenta el público objetivo. En esta parte del brief se exige tener de manera clara y precisa saber a quién apunta mi producto, a quien le voy a vender mi producto, cuáles son las características del público al que me dirijo. Se conoce que dentro de este aspecto se consideran variables cuantitativas como socio-

demográfico y económicas. También analiza de forma cualitativa sus estilos de vida, aspiraciones, valores y sus hábitos. ¿Qué sucede si este primer punto no es tratado de forma importante y no es eficaz? Todo el brief se construirá de manera inadecuada y no lograra cumplir con el objetivo de toda campaña publicitaria que es la de vender el producto y llegar al consumidor objetivo.

Para un buen desarrollo estratégico es muy importante identificar todas las características posibles de nuestro target ya que esto nos dará las pautas que debemos utilizar posteriormente. Aunque suene exagerado es un hecho real que el brief gira en torno hacia qué es lo que apuntamos y hacia quien nos dirigimos por ende es de gran importancia llegar a tener la atención de nuestros posibles clientes.

Cuando se tiene definido a quien se va dirigir la campaña, se debe analizar el problema que se quiere resolver. Además de identificar cual es la necesidad del consumidor que el producto o servicio va a resolver.

Dentro del desarrollo estratégico del lanzamiento o posicionamiento del producto se debe considerar cuál es la idea que deseo vender, es decir, tener claro qué se desea resolver y de qué forma esto beneficia a mi público objetivo. El conocer el posicionamiento del producto permite tener un conocimiento más amplio sobre qué tipo de campaña se debe utilizar si de lanzamiento, posicionamiento, recordatorio, teaser, corporativas, sociales, entre otras. A su vez sirve para ver si es que este producto ha tenido campañas publicitarias anteriores si han llegado a la mente de los consumidores o si se debe cambiar la estrategia de publicidad. Es importante tomar en cuenta el posicionamiento del producto ya que de esta forma se tiene una referencia acerca de lo cuanto los clientes piensan en el bien o servicio.

De la misma manera, es necesario considerar al producto en sí, es decir, todas las características del mismo, tanto positivas como negativas. Para una mejor visualización de los atributos del bien o servicio es importante proyectar como será percibido el producto, dentro de este punto es importante que el planificador del brief se

visualice como consumidor ya que solo así se podrá percatar de todos los aspectos importantes que un consumidor vería.

El brief juega un rol bastante importante ya que este documento cargado de información permite a los creativos a estar más cerca de la realidad sin dejar a un lado la originalidad. Con el brief y equipo de trabajo, debe analizar como deseas presentar ese producto y que lo hace diferente de la competencia. El medio de como difundirás la campaña publicitaria es muy importante también y va muy de la mano con lo que se desea dar a conocer y el target. Es bueno recordar que importante y necesario detallar todo en el documento con el fin de facilitar el proceso creativo y obtener buenos resultados del mismo.

6.2 Campañas Publicitarias

6.2.1 Concepto

De acuerdo a Ancin (2018) una campaña publicitaria comprende los esfuerzos de una empresa para aumentar la conciencia de un producto o servicio en particular, o para aumentar la conciencia del consumidor sobre un negocio u organización. Asimismo, las campañas de marketing se pueden diseñar en relación al objetivo, entre ellos la creación de una imagen de marca sólida, la introducción de un nuevo producto, el aumento de las ventas de un producto que ya está en el mercado o incluso la reducción del impacto de las noticias negativas. Por ello, definir el objetivo de una campaña generalmente proporciona una idea de cuánto marketing se necesita y cuáles son los medios son más efectivos. Como consecuencia, existen distintos tipos de campañas publicitarias, cada uno con su propio objetivo: campaña de lanzamiento, de mantenimiento, sociales, de bien público, política y *teaser*.

6.2.2 Tipos de Campaña Publicitaria

Según Ancin (2018) los distintos de campañas publicitaria son:

- **Campañas de lanzamiento**

Tienen el objetivo de dar a conocer los atributos y beneficios de un nuevo bien que ha sido lanzado al mercado. Debido a que es totalmente una innovación, el consumidor necesita ser informado y educado acerca del mismo. En otras palabras, una campaña de lanzamiento comprende “Los esfuerzos de una empresa o una empresa de marketing de terceros para aumentar la conciencia de un producto o servicio en particular, o para aumentar la conciencia del consumidor sobre un negocio u organización.

- **Campañas de mantenimiento**

Son aquellas que cuyo objetivo es mantener el conocimiento de una marca, de una línea de productos o servicios que ya llevan en el mercado suficiente tiempo. Este tipo de campaña se da en las etapas competitivas y retentivas de los productos o servicios; se hace para dar presencia de la marca y para recordar al concepto principal, conservando o no el comercial original. Por ello, también se denominan campañas de recordación, ya que su meta principal es recordar al consumidor que la marca sigue presente.

- **Campañas sociales**

El objetivo principal es comunicar alguna problemática social para que los individuos tengan conocimiento del mismo. Asimismo, se pretende crear consciencia y proporcionar alguna solución a dicho problema. Este tipo de campañas generalmente son realizadas y financiadas por el Gobierno u organizaciones sin fines de lucro, y tratan de emplear una gran cantidad de recursos audiovisuales para que el mensaje que se quiere comunicar llegue a la mayoría de las personas.

- **Campañas de bien publico**

Este tipo de campaña promueve cambios de conducta positivos en la sociedad que de alguna manera hacen que el contexto sea favorable para vivir y para convivir.

- **Campañas políticas**

Se refiere a los esfuerzos organizados para asegurar la nominación y elección de personas que buscan un cargo público. En un sistema de democracia representativa, las campañas electorales son el principal medio por el cual los votantes son informados acerca de un partido político o de los puntos de vista de un candidato. En este caso, no se busca publicitar un producto o un servicio, sino que se busca dar a conocer a un candidato y sus puntos de vista. Además, se comunica a los votantes la imagen del mismo. Por lo tanto, el objetivo es convencer al mayor número de personas a que otorguen su voto a un candidato en específico.

- **Campaña teaser**

También conocida como campaña de pre lanzamiento, es una campaña de publicidad que generalmente consiste en una serie de anuncios pequeños, crípticos y desafiantes que anticipan una campaña más amplia y completa para el lanzamiento de un producto o un evento importante.

- **Campaña educativa**

Adyacente a la terminología de una campaña de acción social, la cual, explicado por Carillo, y otros (2011) son las que se realizan sin fines de lucro y con frecuencia por gobiernos, fabricantes o entidades de servicio a la comunidad o caritativas, u otras asociaciones, buscan cambiar actitudes mediante la oferta de satisfactores diferentes a un producto rentable: cultura, turismo, educación, salud; una campaña educativa es la realizada por una organización o ente con el fin de transmitir información relevante a una

temática de carácter educativo, esto con la finalidad de convencer al público destinatario una característica previa sobre un tema de interés educacional, tal como la de ofrecer aprender una nueva habilidad, o con el caso específico de esta investigación, la de ofrecer a los padres de familia la importancia de aceptar la educación específica para menores sobre un tema desconocido para ellos.

Lograr la conciencia de transmitir una intervención y generar cambio es el principal objetivo de una campaña educativa, donde más que una recompensación monetaria, el beneficio a la sociedad es la principal recompensa; es decir, promocionar soluciones sobre una problemática social y ser agentes de cambio es el principal fin de que las empresas u organizaciones utilicen esta campaña específica.

6.2.3 Comunicación

Una campaña publicitaria, tal cual sea el fin con el que sea implementada, se entra en juego lo que es un proceso de comunicación visual, auditiva, lectora entre otras. En palabras de Evertsz (2000) la comunicación es el proceso que se da entre un emisor y receptor, cuyo objetivo va más allá de la sola acción de transmitir información. Requiere de una interacción recíproca entre emisor y receptor, mediante la utilización de signos, símbolos y señales. El ser humano necesita de un sistema de signos para poder comunicarse: auditivos, visuales, táctiles, olfativos y lingüísticos. La comunicación es un proceso de interacción social a través de símbolos y sistemas de mensajes que se producen como parte de la actividad humana.

Ballina Talento (2008) se refiere a la comunicación como a una actividad de naturaleza humana que conlleva la creación y publicación de mensajes significativos, a través de diversos canales y medios para generar cambios de conducta de alguna u otra manera en el comportamiento de los individuos y en la organización y desarrollo de los sistemas sociales.

La comunicación debe de incluir los siguientes elementos que intervienen en un acto comunicativo, los cuales son:

- **Emisor:** sujeto del cual se origina la información que se desea transmitir.
Receptor: destinatario de la información transmitida por el emisor.
- **Mensaje:** información que se desea comunicar.
- **Código:** conjunto o sistema de signos (palabras, imágenes, sonidos, et.) tanto el emisor como el receptor, deben de conocer el código que se utiliza, para luego poder interpretarlo.
- **Canal:** medio físico, a través del cual se transmite el mensaje.
- **Contexto:** conjunto de circunstancias que rodean el acto comunicativo.
- **Retroalimentación:** respuesta del receptor que envía de regreso al transmisor

6.3 Retraso Psicomotor

6.3.1 Concepto

Según Saldaña y otros (2014) el retraso psicomotor es un proceso evolutivo, sistemático, multidimensional e integral, mediante el cual el individuo va adquiriendo progresivamente habilidades y repuestas cada vez más complejas.

Las alteraciones del desarrollo neuro madurativo se relacionan con un bajo rendimiento escolar, trastornos neurológicos, psiquiátricos, emocionales y conductuales, problemas sociales, déficit de aprendizaje.

Si bien cada ser humano al nacer tiene ya determinado genéticamente su potencial de desarrollo, su expresión final es el resultado de la interacción con su entorno familiar, social y comunitario, y probablemente ese sea el motivo por el cual la intervención temprana tiene un alto impacto en el pronóstico con los niños con déficit del desarrollo. Por ello la detención precoz es una actividad fundamental a realizarse en los

controles a los niños y niñas, supone un desafío permanente en pediatría, especialmente al evaluar individuos con factores de riesgo sociales o biológicos.

Retraso del desarrollo psicomotor

De acuerdo a Saldaña y otros (2014) se define como problemas del desarrollo psicomotor a todos aquellos cuadros crónicos y de inicio precoz que tienen en común la dificultad en la adquisición de habilidades motoras, de lenguaje, sociales o cognitivas que provocan un impacto significativo en el proceso de desarrollo de un niño. Se presenta cuando existe fracaso en el logro de las conductas esperadas para una determinada edad. Si bien algunos problemas del desarrollo pueden ser transitorio, los retrasos en una edad temprana pueden estar asociados a posteriores discapacidades, tales como retardo mental, parálisis cerebral, autismo, alteraciones del lenguaje y problemas del aprendizaje.

Las alteraciones del desarrollo neuro madurativo se relacionan con un retraso en el desarrollo psicomotor, además de: deserción escolar, trastornos neurológicos, psiquiátricos, emocionales y conductuales, déficit en las habilidades sociales, problemas de aprendizaje y en la adultez menores oportunidades laborales y morbilidad.

Desarrollo psicomotor

Según Rivera Cruz y otros (2017) el desarrollo psicomotor se refiere a la adquisición de habilidades que implican movimientos como gatear, caminar, saltar, correr. Gran parte del desarrollo motor temprano consiste en la sustitución de reflejos por actos voluntarios, por ejemplo: en el reflejo de la marcha de un niño o niña recién nacido se sustituye por la marcha voluntaria de un niño mayor en este caso de 2 a 3 años que es la edad de los infantes II.

A medida que la coordinación mejora, los niños y niñas aprenden a realizar diferentes actividades como correr, saltar y trepar. A los tres años de edad, los niños

empiezan a utilizar sus manos para realizar actividades más complejas, como aprender a amarrarse los zapatos y después abotonarse la camisa, este es un proceso que lo perfecciona de manera gradual a través de una combinación de prácticas y de maduración física del cuerpo y del cerebro.

6.3.2 Importancia del desarrollo psicomotor

En el desarrollo motriz es fundamental para el desarrollo y evolución psíquica del niño y la niña, sin la colaboración de movimientos no se da el desarrollo de la actividad mental y física en la niñez. Así se considera la capacidad perceptiva motriz del niño. A partir de los dos años de edad el niño va encontrando nuevas soluciones a sus actividades matrices, relacionándolas con espacio y tiempo (donde, cuando y como lo realiza). Para esto se utilizan objetos o instrumentos que se mueven con o sin impulso exterior y con la construcción mental que el niño va adquiriendo de su propio esquema corporal y todo esto ocurre gracias al proceso de sus características motrices.

6.3.3 Diagnóstico

Para obtener un diagnóstico definitivo de DI/RGD, Soto Insuga y otros (2020) mencionan qué serán necesarias valoraciones neuropsicológicas realizadas por personal especializado, que incluyan valoraciones cognitivas (cociente intelectual a partir de los 5 años y cociente de desarrollo en menores), así como de otras áreas de aprendizaje y conducta.

6.3.4 Tratamiento

Desde atención primaria y desde atención especializada, se debe aconsejar a los familiares de los pacientes, el inicio de terapias precoces y eficaces, al mismo tiempo que desaconsejar tratamientos alternativos carentes de evidencia científica.

Es fundamental un diagnóstico precoz que permita el inicio de una terapia de estimulación, que ha demostrado que mejora el pronóstico evolutivo. Esta terapia no

debe demorarse hasta conseguir un diagnóstico etiológico y debe realizarse por un equipo multidisciplinar. Asimismo, se considera fundamental una correcta identificación de las comorbilidades, para iniciar tratamientos específicos por equipos multidisciplinarios, entre los que se incluyen: neurólogos, rehabilitadores, psiquiatras y, especialmente, pediatras de Atención Primaria.

Concientización

En los últimos años, gracias al desarrollo de la genética, se ha podido identificar genes causantes de muchos pacientes con RGD/DI. Todo esto está permitiendo el desarrollo de terapias, tanto génicas como de precisión, que permiten corregir el defecto fisiopatológico, con el objetivo de modificar la historia natural de la enfermedad. Son muchos los tratamientos que han demostrado su eficacia, por este motivo, es necesario aconsejar a los pacientes y sus familias evitar las “terapias alternativas”, conociéndose así: aquellos tratamientos en los que no se ha evaluado su eficacia mediante una investigación científica basada en las reglas aceptadas de evidencia.

6.4 Estimulación temprana

6.4.1 Concepto

Cervantes Rivas y Moran Briones (2018) se refieren a la estimulación temprana como la aplicación del conjunto de medios, técnicas y actividades con base científica y aplicada en forma sistémica y secuencial que se emplea en niños desde su nacimiento hasta los seis años, con el objetivo de desarrollar al máximo sus capacidades cognitivas, físicas y psíquicas, lo que le permite favorecer su desarrollo, siendo necesario que todos los niños desde su nacimiento hasta que logre un mayor grado de madurez y desarrollo.

6.4.2 Historia

A lo largo de los últimos veinte años de acuerdo a Ortiz y otros (2019) la atención temprana se ha ido consolidando, poco a poco, como un servicio de referencia para atender las necesidades del niño/niña con trastornos del desarrollo o en situaciones de riesgo, apoyar la reorganización de la vida familiar y coordinar el trabajo de los distintos recursos sociales para dar satisfacción de un modo coherente a aquellas necesidades.

Desde sus orígenes, el desarrollo de la atención temprana en todo el mundo ha sido muy desigual: la diferencia de los objetivos, funciones y recursos que se han asignado históricamente a los servicios de atención temprana, han creado en casi todos los países un panorama de una variedad extraordinaria.

6.4.3 Importancia de la estimulación temprana

De acuerdo a García (2011) los medios, técnicas, y actividades con base científica y aplicada en forma sistemática y secuencial de estimulación temprana. Se emplean en niños y niñas desde su nacimiento hasta los 6 años, con el objetivo de desarrollar al máximo sus capacidades cognitivas, físicas, emocionales, y sociales, evitar estados no deseados en el desarrollo y ayudar a los padres con eficacia y autonomía en el cuidado y desarrollo del infante.

La estimulación temprana es una manera de potenciar el desarrollo motriz, cognitivo, social y emocional de nuestros hijos/as, pero al mismo tiempo se debe respetar el desarrollo individual y la predisposición del bebé. Al inicio las actividades se enfocan en reforzar el vínculo emocional, masajes y estímulos sensoriales, respetando el desarrollo natural del bebé, y el instinto natural de sus padres. Luego se inician actividades de motricidad gruesa, motricidad fina, concentración y lenguaje. Es muy importante cuidar y proteger la iniciativa, la independencia y la autoestima del niño durante todo su proceso de aprendizaje.

Al mismo tiempo vale la pena tomar en cuenta factores importantes para lograr aprovechar los estímulos adecuados a los cuales nuestros hijos/as pueden estar expuestos/as.

- Cada niño es diferente: Todos los niños NO son iguales, cada uno tiene su propio ritmo de desarrollo. Su desarrollo individual depende de la maduración del sistema nervioso.

- Parámetros de desarrollo del niño: Es importante entender los parámetros de desarrollo, pero es más importante todavía entender que estos son bastante amplios y que su desarrollo depende de varios factores.

Al reconocer el patrón de desarrollo general, podemos utilizarlo como una guía para presentarle al bebé los estímulos y actividades adecuados. No debemos hacer comparaciones estanco, ni pretender que dos niños/as evolucionen siempre en el mismo sentido o en las mismas capacidades o les guste o destaquen en lo mismo. Cada niño es un mundo igual que de adultos cada persona lo es y no hay dos que se comporten justo de la misma forma siempre o desarrollen los mismos gustos en todo. Además, obsesionarse con que el amigo o el primo avanza más en un área y nuestro hijo/a no, sólo puede traer problemas, si no toleramos las diferencias de las que parte cada uno.

6.4.4 Psicología para la educación

Según Garzón Gonzalez y otros (2019) los principios fundamentales de la psicología educativa es ayudar al alumno a aprender. Entre los principales principios están:

Educación infantil

De acuerdo a Nieto (1995) desde hace algunas décadas la etapa de Educación Infantil está captando, de una forma prodigiosa, la atención de distintos organismos y estamentos implicados en la educación. El tema es de tal transcendencia que periódicamente se viene insistiendo en él.

Las razones que han llevado a acentuar la importancia de esta etapa educativa son claras y manifiestas; suscritas, comprobadas y demostradas por médicos, psicopedagogos, sociólogos y maestros. Sin embargo, conviene al respecto, señalar las siguientes:

- Cuanto más infantil, tierno y vulnerable es el ser humano, cuanto menor es la edad del niño/a, mayor es la influencia y resonancia que los estímulos ambientales tienen en él/ella. De forma que la incidencia, positiva o negativa, que puede ejercerse sobre el niño, éste la acusa con una mayor intensidad cuanto más temprana es su edad.
- Numerosos trabajos, estudios e investigaciones han demostrado que la capacidad intelectual tiene un ritmo de crecimiento más rápido cuanto más infantil es el sujeto. Así, por ejemplo, se estima que, entre cero y cuatro años, la capacidad intelectual crece en torno a un 50%; entre los cuatro y ocho años, o hace en un 3004; y entre ocho y diecisiete años, aproximadamente, se da el restante 20%.
- Las primeras experiencias de los niños son decisivas en su ulterior desarrollo. De forma que muchas actitudes adolescentes, juveniles, e incluso adultas, tienen ya su origen en esas primeras vivencias infantiles.

La educación es la necesidad de procurar al niño, desde su más tierna infancia, una cantidad y calidad de estímulos capaces de situarle en trance de un desarrollo óptimo. Cosa imposible de conseguir en el hogar y la familia, sobre todo, en donde las carencias y la pobreza, cultural y de otro tipo, condicionan seriamente el buen desarrollo, estimulación y crecimiento del niño.

Esta convicción ha motivado una clara evolución en el concepto mismo educación infantil. En otros tiempos se la denominaba: «guardería»», como lugar de atención y

vigilancia de los pequeños en ausencia de los padres; «escuela maternal», como continuación y sustitución de la figura materna, que por razones laborales debía separarse del niño; «preescolar, como etapa sin finalidad en sí misma, cuyo objetivo primordial y por excelencia era la preparación para iniciar, con ciertas ventajas, la Educación Primaria.

Con la Educación Infantil no sólo debe tratarse de dar solución a problemas de tipo social: trabajo de la mujer, horarios irregulares, garantizar la seguridad de los pequeños, ni siquiera vale el razonamiento de «algo aprenderán o harán con ellos además de entretenerlos», como frecuentemente se oye a los padres. La Educación Infantil no debe ser considerada ni como una introducción ni como un apéndice de un sistema educativo. Es una repuesta necesaria y fundamental para el decisivo momento psicoevolutivo por el que inevitablemente pasa la vida humana, que requiere ser contemplado y conducido por un personal y unos medios altamente especializados que desbordan las posibilidades de un ámbito familiar por bueno que éste sea.

Según Salazar y otros (2012) a medida que el niño/niña va avanzando en su desarrollo la naturaleza de su pensamiento se va volviendo más compleja efectiva y su razonamiento se independiza cada vez más de la influencia de tipo perceptual o emocional, bajo circunstancias favorables a una edad relativamente tardía el niño/niña entra en una etapa llamada operaciones clásicas o pensamiento abstracto, en el cual la inteligencia debe alcanzar el grado de desarrollo que se necesita para poder analizar la experiencia y escoger el modo de responder.

Estimulación infantil

Al cerebro le dan la oportunidad de crecer presentando un gran número de estímulos los mismos que toman la forma de palabras y números, los que se convertirán en frases, cálculos matemáticos y leyes de la naturaleza y el orden.

En la etapa escolar se encuentran con un programa educativo basado en la educación visual, de cómo estén nuestros sentidos dependerá el éxito escolar ya que son las vías principales por las que llega la información al cerebro y de la forma que llegue va a depender la creatividad y la facilidad de almacenamiento.

Para que el párvulo desarrolle todas sus potencialidades, el/la maestra parvulario/a debe educar cada uno de los sentidos lo cual favorecerá que el niño posea un buen desarrollo de los procesos cognitivos (sensación, percepción, atención y concentración, memoria, pensamiento, lenguaje e inteligencia) permitiendo así percibir sin dificultad todo lo que le rodea.

Una estimulación adecuada es la que nos permitirá comprobar el nivel de desarrollo cognoscitivo. Al determinar y detectar; como educadores podrán buscar y componer actividades que correspondan a la necesidad y a la realidad de la evolución de cada niño/niña y así poder contribuir al desarrollo integral de los pequeños.

Fundamentación psicológica

Desde que nació la psicología como ciencia propiamente tal ha sido innegable, si su objetivo de estudio es el sujeto y su comportamiento, desde la perspectiva de lo científico por tanto con bases empíricas, es evidente que todo su aporte está en tratar de acercarnos más a la realidad que es el ser humano, y de cada uno de nosotros en particular.

De acuerdo a Garzón Gonzalez y otros (2019) los aportes que ha dado la psicología general, en términos de identificar algunas de las leyes básicas que explican el desarrollo humano, o la psicología evolutiva, en relación a conocer cada una de las etapas de vida y las vinculaciones que existen entre ellas, o la psicometría, en cuanto a la mediación de algunos de los tantos rasgos que parte de una persona, son todos elementos de por si valiosísimos para el que hacer de la educación.

6.4.5 Recursos de estimulación temprana

Según Encala Ludeña (2013) los juguetes y objetos para estimulación que se compran suelen ser pobres y tristes (pobres, porque no activan la imaginación o no proporcionan la diversidad de usos; triste, porque son tan frágiles que no soportan el manipuleo ávido de un niño/niña). Así, una caja puede transformarse en un camión que pueda arrastrarse con el cordel.

Para hacer la selección de los recursos se debe de contemplar la edad del niño/niña, sus características personales y sus intereses. Los elementos deben ser resistentes al manipuleo.

También se debe considerar la seguridad del niño/niña, los elementos no deben de ser tóxicos. Los objetos aceptables deben de ser como mínimo similares al tamaño del puño del pequeño. A su vez, es necesario que los objetos carezcan de puntas y bordes, a fin de evitarse algún accidente.

De acuerdo a Esteves Fajardo y otros (2018) las primeras experiencias en la vida de un niño permanecen para siempre. Esa es la consigna de quienes promueven la estimulación temprana de los pequeños, para que en el futuro les sea más fácil estudiar, se sientan más seguros de sí mismos, le permitan aprender, dicho proceso ayuda a desarrollarse de una mejor manera ante el mundo que le rodea.

La gama de ejercicios que se presentan a continuación es de vital importancia para una correcta estimulación temprana en las y los pequeños;

1. Ejercicios de estimulación temprana para bebés de 0 a 12 meses

Motor grueso:

- **Masaje:** Frota con un paño suave crema o aceite en el cuerpo del bebé y al mismo tiempo cuéntale cómo se sienten las caricias que le haces. Esta actividad favorece el gusto al tacto y los lazos de empatía.
- **Ayuda a controlar su cabeza:** Cuando el niño este acostado boca abajo, ofrécele juguetes de colores llamativos y que tengan sonidos alegres para motivarlo a levantar la cabeza. Si al niño le cuesta levantarla, colóquele una cobija bajo el pecho y hombros o acuéstelo en su pecho casi sentado para que de esta manera se le facilite el trabajo.
- **Estimúlalo a voltearse:** Una vez que el niño tenga el control de su cabeza es hora de enseñarlo a girar su cuerpo. Coloca al niño sobre una manta suave, levanta lentamente un lado de la manta para que el niño rueda hacia el otro lado, continúa haciéndolo rodar mientras le hablas demostrándole tu alegría.

Motor fino

Desarrollar la coordinación de manos: Colóquele un dedo en la palma de la mano del bebé para que al tacto la cierre y lo ayude a estimular sus reflejos, si siempre tiene la mano cerrada frótele desde el dedo meñique hasta su muñeca para que abra la mano y le agarre el dedo, este pequeño ejercicio fomentará el desarrollo de la psicomotricidad del niño.

Social

Viéndose en el espejo: Coloca al bebé en un lugar cómodo, deje que se mire frente al espejo y se reconozca, mírese con él y sonría, haga señales con la mano. Esta actividad estimula su auto-conocimiento corporal.

Lenguaje

- Cuéntale todo lo que haces con un lenguaje claro para que entienda.
- Cuando no pueda dormir acarícialo, sonríele, háblale.
- Llámalo por su nombre en un tono dulce.

Cognitivo

- Dale a tu bebé un golpecito suave en la punta de la nariz para estimular su reflejo de parpadeo.
- Cuando suelte un objeto deja que lo recoja.
- Un ejercicio que puede ayudar también a su estimulación cognitiva es, aparecer y desaparecer frente al él con una manta.

2. Ejercicios de estimulación temprana para bebés de 1 a 2 años

Motor grueso

- **Ejercicio de equilibrio:** Sostenga al niño por las axilas e inclínelo con suavidad hacia los lados, hacia atrás y adelante dejando que se enderece solo. Al comienzo sostenga al niño, cuando mejore su equilibrio puede ir soltándolo siempre prevenido por si se va a caer.

Motor fino

Facilítale a tu bebe hojas y colores donde pueda expresarse libremente.

Social

Texturas: Vista a su niño de una manera cómoda dejando libre sus manos para que pueda sentir distintas sensaciones, coloque frente a su bebe muñecos con diferentes texturas para que pueda tocarlos y reconozca las diferentes texturas. Esta actividad favorece la percepción.

Lenguaje

Recita las partes del cuerpo: Juega con tu niño invitándolo a tocarse las partes del cuerpo mientras las vas recitando. Esta actividad favorece el proceso de identidad.

Cognitivo

Cuando se esté peinando, cepillando, permita que el niño lo vea y copie esos patrones.

3. Ejercicios de estimulación temprana para niños de 2 a 3 años

Motor fino

- Hora clasificar: Clasifica objetos con tu niño, puede ayudarte a ordenar la ropa colocando las medias en una montaña, camisas del otro lado o también puede ser organizando los juguetes en cajas. Esta actividad de estimulación o atención temprana ayuda a que el niño se concentre, preste atención a los detalles y se fije en el parecido y en la diferencia de las cosas.
- Luz roja, luz verde: En un extremo de la habitación, coloca en el suelo una cinta y en el otro extremo coloca otra cinta paralela a la primera. Despeja la habitación y coloca al niño detrás de una línea y dile que no se va a mover de ahí hasta que se lo digas, explícale que cuando digas “verde” tiene que intentar llegar a la otra línea y traspasarla, pero si dices “roja” debe detenerse. Comienza colocándote de espaldas y dile “verde” luego dile “rojo” y te volteas en seguida a ver si se detuvo. Sigue hasta que llegue a la línea final. Esta actividad ayudará a estimular la paciencia y el autocontrol.

Lenguaje

- Enséñale canciones para niños, busca canciones que le dejen un mensaje o le enseñen algo, como por ejemplo canciones que ayuden a aprender los números, colores, y otros.
- Léele historias, cuentos infantiles cortos con ilustraciones, y otros; puedes hacer que pregunte sobre los dibujos, luego hazle preguntas sobre el cuento y si es posible que te narre la historia, también se pueden divertir dramatizando la historia.

Social

- Ayuda a que tu niño o niña entienda qué cosas son suyas y cuáles no debe tomar. También puedes enseñarle tareas sencillas como recoger sus juguetes.
- Enséñale a expresar sus sentimientos y describirlos, pregúntale constantemente cómo se siente.
- Incúlcale a ser limpio y enséñale a bajarse y subirse los pantalones para que pueda ir cómodamente al baño, recuerda vestirlo con ropa cómoda y fácil de usar

4. Ejercicios de estimulación temprana para niños de 3 a 4 años

Motor grueso

- Hora de bailar: Coloca canciones que puedan bailar juntos y que la letra indique acciones, trata de coordinar los movimientos con las acciones que indica la canción.
- Semáforo: Indícale al niño que cuando le digas la palabra “verde” deberá colocarse de pie y saltar, cuando le digas “rojo” deberá sentarse en el piso y quedarse paralizado, cuando digas “amarillo” deberá correr hasta cierto

punto y regresar, esta actividad lo ayudará a saltar, correr, pararse de repente y mantener su atención.

Motor fino

- Su propio cuento: Puedes ayudar al niño a crear su propia historia. Ayúdalo a recortar imágenes que él elija y pueden pegarlas en hojas de papel y armar sus propios libros de cuentos, es importante que sea el niño quien cree la historia.
- Rompecabezas: También puedes enseñarle a armar rompecabezas, puedes empezar con algunos sencillos de pocas piezas o recortar una imagen en forma de rompecabezas y pedirle que lo arme, luego puedes decirle que te cuente una historia relacionada con la imagen. Adicionalmente, fomentarás en tu niño o niña la atención a los detalles.

Lenguaje

- Enséñale los nombres de diferentes formas como el cuadrado, rectángulo y círculo; y enséñalo a reconocer cada uno por sus características y forma.
- Busca siempre hablar con el niño y responder de forma clara y sencilla sus preguntas, también pídele que te cuente de sus sentimientos y emociones.

Social

- Déjalo que empiece a escoger él mismo su ropa y enséñale cómo debe vestirse y desvestirse.
- También puedes decirle que te ayude con algunos oficios del hogar. Juntos pueden guardar los juguetes, doblar la ropa, entre otros.
- Apóyate en sus maestros de la escuela, si va al colegio, y pregúntales cómo es el desempeño del niño y sobre formas de ayudarlo a mejorar día a día.

5. Ejercicios de estimulación temprana para niños de 4 a 6 años

Motor grueso

- Invita a tu niño a quitarse los zapatos y a caminar en punta de pie y luego sobre sus talones, puedes alternar este ejercicio.
- Puedes dibujar una línea larga y derecha sobre el piso y pedirle que camine sobre ella sin salirse de la raya.
- Llévalo al parque y motívalo a que camine, corra, salte y haga uso de todo su cuerpo y continúa haciendo ejercicios para bailar y coordinar sus movimientos.

Motor fino

- Puedes jugar con él a hacer esculturas y figuras de arcilla, plastilina o masa de varios colores.
- Une semillas de varios tipos y tamaños y pídele que las separe con los dedos. También pueden seguir haciendo sus propios cuentos con recortes e imágenes y creando las historias.

Lenguaje

- Ayúdalo a diferenciar entre su lado derecho e izquierdo, a través de ejercicios con sus manos. Por ejemplo, cuando le digas “derecha” deberá mover su brazo derecho, cuando le digas “izquierda” deberá mover su brazo izquierdo.
- Trata de incorporar los números en las actividades que realizan juntos, por ejemplo, pueden contar sus zapatos cuando se cambia o sus juguetes.
- No olvides dialogar con el niño e invitarlo a que él lo haga contigo, que te cuente cómo le va en la escuela, sobre sus profesores, sus amigos, qué tal su día, etc.

Social

- Enséñale a decir su nombre completo y apellidos, el nombre de sus padres, edad. Esto fomentará la estimulación del lenguaje del niño.

El docente como agente de estimulación

A lo largo de la historia de la educación inicial, el rol del educador ha sido definido de diferentes formas que han tenido en cuenta variables sociales, culturales, económicas, etc. En la actualidad, las nuevas exigencias educativas requieren del docente una sólida formación teórica y práctica que le posibilite mucho más que planificar, implementar y evaluar una propuesta educativa.

VII. Matriz de categorías

Con el objetivo de definir la naturaleza de la información que se buscó a recopilar, para cumplir con los objetivos de nuestra investigación se realizó una tabla de Operacionalización de Variables; dichas variables permitieron definir la temática que siguieron los distintos instrumentos de recopilación de datos los cuales fueron aplicados sobre sujetos de interés.

Tabla 1. Cuadro de matriz de categorías.

Diseñar una campaña publicitaria para padres de familias orientada a la estimulación temprana en niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor.

Objetivos específicos	Categoría	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicador	Instrumento	Ítems
Crear la campaña publicitaria a partir de la atención que brinda el centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center, mediante material	Campaña Publicitaria	Una campaña publicitaria es la realizada por una organización o ente con el fin de transmitir información relevante a una temática de carácter educativo.	Este tema se relaciona con el proyecto de esta tesis. Debido a que el producto final que se realizara. Será una campaña educativa.	Fidelización De la población	Entrevista	¿Esta campaña educativa servirá para lograr concientizar a la sociedad?

<p>gráfico que aborde temáticas de estimulación temprana, con el fin de integrar y fortalecer conocimientos a padres y madres.</p>						
<p>Identificar las principales actividades de estimulación temprana que realiza el centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center ante la problemática de retraso psicomotor.</p>	<p>Estimulación Temprana</p>	<p>La estimulación Temprana de acuerdo UNIR en el año (2022) es un conjunto de técnicas de intervención educativas que pretende impulsar el desarrollo cognitivo, social y emocional del niño durante la</p>	<p>Este tema está relacionado con el proyecto de esta tesis Debido a que este brindara los recursos y técnicas educativas Necesarias.</p>	<p>Estrategias de estimulación temprana</p>	<p>Entrevista</p>	<p>¿Está comprobado que la estimulación temprana funciona?</p> <p>¿Es costoso realizar una estimulación temprana?</p>

		etapa infantil.				
Validar la campaña publicitaria sobre la estimulación temprana para niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor.	Retraso Psicomotor	El retraso Psicomotor de acuerdo a Déu en el año (2014) significa que los logros o hitos del desarrollo que los niños deben adquirir dentro de una determinada edad, no están apareciendo o lo están haciendo de forma anómala.	Es importante conocer Porque al saber cómo trata este padecimiento se puede transmitir conciencia como objetivo de la campaña.	Desarrollo del retraso psicomotor	Entrevista	<p>¿Es importante abordar este tema?</p> <p>¿Tiene cura el retraso psicomotor?</p> <p>¿Pueden tener una vida normal los y las niñas?</p>

VIII. Diseño Metodológico

El Diseño metodológico es un procedimiento que se fundamenta en el desarrollo de la investigación, esto implementando instrumentos de recolección de datos, definiendo sujetos de interés, así como el enfoque u paradigma de investigación. El diseño metodológico contiene lo siguiente; tipo de investigación, Área de estudio, población y muestra, matriz de categoría, metodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos y como punto final, las etapas de investigación.

8.1 Tipo de Investigación

Para esta investigación se seleccionó, el paradigma interpretativo, con un enfoque mixto, lo que según Ayala (2022) esta investigación refiere al análisis de la perspectiva de la problemática de la falta de una campaña publicitaria, para el Centro Baby Center y como esta, permitiría un desarrollo social; el enfoque mixto refiere que nuestra investigación integro metodos cualitativos y cuantitativos para un mismo estudio y que estuvo enfocado en potenciar las bondades y funcionalidades de cada método aplicado por separado y que al unirse nos ofrecieron una amplia profundidad de resultados obtenidos, que a su vez nos brindaron mayor comprensión y corroboración de datos, fue necesario la realización de análisis, entrevista y encuesta.

Para esta investigación se seleccionó su finalidad como aplicada, ya que, mediante la observación, el análisis directo y la información brindada. Seremos capaces de lograr un desarrollo crítico y lograr soluciones a la problemática. (2012)

Por la razón que la herramienta de recopilación de datos fue aplicada en un solo momento. Esta es considerada de alcance temporal transversal.

Para esta investigación se seleccionó el alcance explicativo que de acuerdo Delgado (2014) el desarrollo teórico y la realización de esta investigación, busca a identificar las causas fundamentales del retraso psicomotor, sus características, y el

actuar del sujeto de estudio con el fin de analizar su misión con el desarrollo de una campaña publicitaria.

8.2 Área de estudio

8.2.1 Área de conocimiento

Relacionado a la investigación, producto de los objetivos general y específicos establecidos, se seleccionó la línea de investigación de tendencias del Diseño Gráfico de la materia de diseño gráfico, línea de investigación propuesta por la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN Managua) en el periodo del año 2019 al año 2022. Como área de estudio más idónea, porque una Campaña educativa es una herramienta de difusión con mucho alcance en la actualidad, esto porque se puede transmitir mediante las redes sociales, ya que son el medio de información perfecto en la actualidad, para transmitir conciencia sobre esta problemática.

8.2.2 Área Geográfica

Para el desarrollo de esta investigación el área geográfica en el cual se determinó la recolección de datos, fue en el municipio de Estelí, departamento de Estelí, Nicaragua. Esto se debe ya que el Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center, es una institución de reconocimiento en el área urbana de la ciudad de Estelí, por lo que al momento de la recolección de datos mediante encuesta y entrevista. Esto se realizó ante sujetos de interés que residen en dicha ciudad.

8.3 Población y muestra / Sujetos participantes

En el proceso de recopilación de datos, se seleccionó como población a veinte padres y madres de familia, ya que es un tema de interés social y familiar; y además el personal administrativo del Centro de Evaluaciones y terapias integrales Baby Center del municipio de Estelí, porque es un punto de referencia y cuenta con las condiciones y

conocimientos necesarios para poder desarrollar e impartir la educación e inclusión efectiva de calidad.

En base a la población seleccionada, la muestra en la cual se aplicó la recopilación de datos. Estuvo conformada por el cuerpo docente, encargado de la realización de terapias o que realicen contacto directo con las niñas y niños con retraso psicomotor.

Los sujetos seleccionados para esta recolección de datos son: Docente terapeuta, Psicóloga escolar, ambas entrevistantes, parte del equipo administrativo del Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center. Además, se realizó una encuesta a veinte padres y madres de familia del Centro.

8.4 Métodos, técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Para recopilación de datos que beneficiaron a la presente investigación se seleccionó a la entrevista y encuesta, como instrumentos adecuados, esto se debe a que la información, puntos de vistas, experiencias, y opiniones de los padres y madres de familia como la de las y los docentes expertos en área de terapias del Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center; Esta información fue de utilidad al momento de encontrar una solución a la problemática presente y permitió la creación de una campaña publicitaria efectiva, que lograra crear consciencia a los padres y madres de familia como a la población.

Además de la entrevista y encuesta, para la recolección de información, las fuentes documentales secundarias tales como investigaciones y documentos relacionados al tema del retraso psicomotor y campaña Educativa, logramos extraer información de suma utilidad para esta investigación. Mediante distintos métodos de extracción como el resumen analítico y el análisis, logramos obtener materias teóricas que justificaron esta investigación.

8.5 Etapas de la investigación

Para el desarrollo de esta investigación fueron definidas etapas las cuales, de manera consecutiva, permitirá relacionar de manera específica el contenido con el cumplimiento de los objetivos planteados.

El primer paso que fue necesario definir es el de la selección de la problemática donde la cual, la falta de promoción de concientización del retraso psicomotor, fue destacado.

El segundo paso que fue necesario definir fue la selección de sujeto de estudio, donde como criterio de selección, fue necesario una institución especializada, enfocada en el tratamiento y estimulación de niños y niñas. El Centro de terapias y evaluaciones integrales Baby Center, conto con las características necesarias tales como acceso a la información, un plantel estructurado y cualidades básicas que, mediante la aplicación de una campaña publicitaria, será capaz de ser utilizada, para la concientización poblacional y posicionamiento de dicha población.

El tercer paso que fue necesario definir fue identificar individuos especializados como; profesionales y administración del centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center como psicóloga escolar, terapeuta y director del centro, porque cuentan con la formación académica y experiencia con la problemática del retraso psicomotor y las actividades realizadas para su estimulación; a padres y madres de familia de niños y niñas del centro, por su postura en relación a la importancia de una campaña publicitaria que brinde conciencia acerca de la problemática; y profesionales en áreas como marketing y diseño, con fin de validar el proyecto que cumplirá con un objetivo de esta investigación.

Para la recolección de datos se implementó la encuesta y entrevista con el objetivo de conocer a mayor profundidad sobre el retraso psicomotor, el desarrollo e impacto de

ello sobre las y los niños, y que de esta manera nos brindaran la información adecuada y necesaria, para el desarrollo de este proyecto de campaña publicitaria.

Finalmente, con los datos recolectados se realizó un análisis exhaustivo con el fin de desarrollar resultados que lograron cumplir los objetivos de esta investigación.

IX. Análisis y discusión de resultados

Mediante la aplicación de instrumentos de recolección de datos, como la entrevista estructurada y la encuesta; así como el análisis documental definido en la fundamentación teórica de esta investigación, se han determinado resultados que fueron analizados con el fin de dar solución a cada uno de los objetivos específicos de la presente investigación.

9.1 Principales actividades de estimulación temprana

La estimulación temprana, según Cervantes Rivas y Moran Briones (2018) es la aplicación del conjunto de medios, técnicas y actividades con base científica y aplicada en forma sistémica y secuencial que se emplea en niños desde su nacimiento hasta los seis años, con el objetivo de desarrollar al máximo sus capacidades cognitivas, físicas y psíquicas, lo que le permite favorecer su desarrollo.

Según Salazar y otros (2012) a medida que el niño/niña va avanzando en su desarrollo, la naturaleza de su pensamiento se va volviendo más compleja efectiva y su razonamiento se independiza cada vez más de la influencia de tipo perceptual o emocional, bajo circunstancias favorables a una edad relativamente tardía; el niño/niña entra en una etapa de pensamiento abstracto. Es importante que los padres de familia logren entender que, en las primeras etapas de la vida de los menores, es importante analizar cualquier aspecto que se considere como inusual de la vida de sus hijos y de esta manera sobrellevar una estimulación que sea funcional e interactiva, para que así los niños y niñas puedan desarrollar sus habilidades psicomotoras a su plenitud.

De acuerdo a García (2011) los medios, técnicas, y actividades con base científica y aplicada en forma sistemática y secuencial de estimulación temprana. Se emplean en niños y niñas desde su nacimiento hasta los 6 años, con el objetivo de desarrollar al máximo sus capacidades cognitivas, físicas, emocionales, y sociales, evitar estados no deseados en el desarrollo y ayudar a los padres con eficacia y autonomía en el cuidado

y desarrollo del infante. La estimulación temprana es una manera de potenciar el desarrollo motriz, cognitivo, social y emocional de nuestros hijos/as, pero al mismo tiempo se debe respetar el desarrollo individual y la predisposición del bebé. Al inicio las actividades se enfocan en reforzar el vínculo emocional, masajes y estímulos sensoriales, respetando el desarrollo natural del bebé, y el instinto natural de sus padres. Luego se inician actividades de motricidad gruesa, motricidad fina, concentración y lenguaje. Es muy importante cuidar y proteger la iniciativa, la independencia y la autoestima del niño durante todo su proceso de aprendizaje.

El Centro de terapias y evaluaciones integrales Baby Center en su misión de estimular el desarrollo de los niños y niñas, es participe en la ejecución de técnicas psicopedagógicas para su beneficio. Se desarrollo un proceso de entrevistas, a la docente terapeuta y a la psicóloga escolar, con el fin de analizar su postura y la del centro de estudios sobre la estimulación temprana en menores de 0 a 6 años de edad.

Preguntamos qué **actividades de estimulación realizan con los niños y niñas del centro**, ambas entrevistadas mencionaron que se realizan actividades y juegos que permitan al niño/niña crear y potencializar sus habilidades en las áreas de motricidad, comunicación, autonomía y cognitiva, a través de juegos donde se implementan herramientas como la plastilina, palillos, verbalización, juegos matemáticos, rompecabezas y actividades que permitan el seguimiento de instrucciones, las cuales se llevan a cabo en un ambiente tranquilo de forma diaria o al menos 3 veces por semana. Las entrevistadas enfatizan la importancia de que el niño/niña este despierto y con ánimos de jugar, nunca forzarlos.

También sobre **como estimulan el retraso psicomotor como terapeuta y psicóloga**, indicaron que existen varias estrategias, pero dependen de la necesidad de cada niño/niña y del problema que tengan, por ejemplo: hay niños y niñas que presentan dificultad en encastre, dificultad para el manejo de tijera, por eso siempre hay una estrategia diferente para cada niño o niña, también la realización de circuitos en donde el niño o la niña debe superar etapas de forma ordenada e ir escalando a nuevos retos

con mayor dificultad al igual que desarrollar la atención al recibir órdenes y ejecutarlas correctamente.

Al momento de preguntar **sobre las recomendaciones que se dan a los padres de familia para lograr que ellos puedan realizar una adecuada estimulación temprana para sus hijos e hijas**, las entrevistadas explican que esto está a dependencia de los avances que presenten cada niño/niña; a los padres se les hace entrega mensualmente de un informe sobre el proceso, se les da sugerencias y herramientas que el niño/niña pudiese necesitar, en relación a las áreas más afectadas del niño/niña. Según las entrevistadas es fundamental un diagnóstico precoz que permita el inicio de una terapia de estimulación, que ha demostrado que mejora el pronóstico evolutivo. Esta terapia no debe demorarse hasta conseguir un diagnóstico etiológico y debe realizarse por un equipo multidisciplinar. Asimismo, se considera fundamental una correcta identificación de las comorbilidades, para iniciar tratamientos específicos por equipos multidisciplinarios, entre los que se incluyen: neurólogos, rehabilitadores, psiquiatras y, especialmente, pediatras de Atención Primaria.

Al realizarse una encuesta como herramienta para conocer el interés de los padres y madres de familia sobre la necesidad de estimulación temprana en las primeras etapas de la vida de los niños y niñas. El 100% de los encuestados ha comentado que la estimulación temprana es de suma importancia en la vida de los niños y niñas para obtener un buen desarrollo psicomotor y buena plenitud en su crecimiento.

La temática del retraso psicomotor y la estimulación temprana es necesaria en la vida de los niños y niñas de 0 a 6 años de edad es un tema relevante y de interés general. Este tema contiene información relevante la cual juega de manera crítica en la misión de incentivar, fortalecer y acompañar a los padres de familia en este proceso, el centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center es participe en esta misión por lo cual el material gráfico que este realice para concientizar sobre este tema estará desarrollado con la información pertinente.

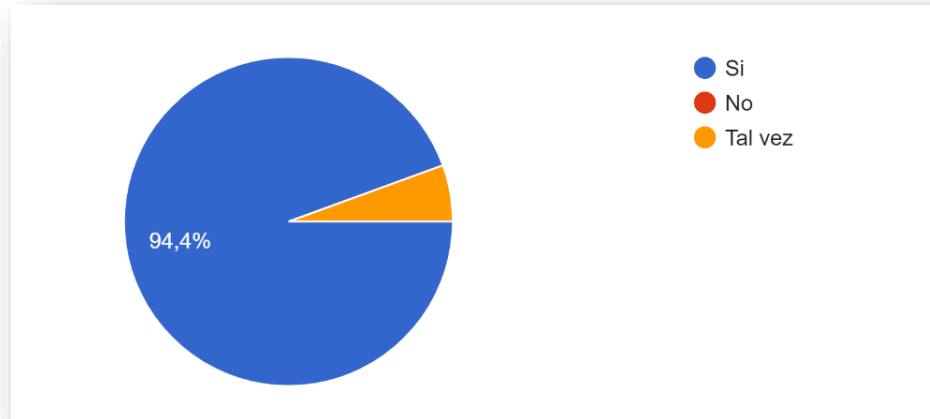
9.2 Campaña publicitaria “Juntos por en desarrollo mejor”

De acuerdo a Ancin, una **campaña publicitaria** comprende los esfuerzos de una empresa para aumentar la conciencia de un producto o servicio en particular, o para aumentar la conciencia del consumidor sobre un negocio u organización. Asimismo, las campañas publicitarias se pueden diseñar en relación al objetivo, entre ellos la creación de una imagen de marca sólida, la introducción de un nuevo producto, el aumento de las ventas de un producto que ya está en el mercado o incluso la reducción del impacto de las noticias negativas. Por ello, definir el objetivo de una campaña generalmente proporciona una idea de cuánto marketing se necesita y cuáles son los medios son más efectivos.

Adyacente a la terminología de una campaña de acción social, la cual, Carillo y otros, (2011) son las que se realizan sin fines de lucro y con frecuencia por gobiernos, fabricantes o entidades de servicio a la comunidad o caritativas, u otras asociaciones, buscan cambiar actitudes mediante la oferta de satisfactores diferentes a un producto rentable: cultura, turismo, educación, salud; una campaña educativa es la realizada por una organización o ente con el fin de transmitir información relevante a una temática de carácter educativo, esto con la finalidad de convencer a el público destinatario una característica previa sobre un tema de interés educacional, tal como la de ofrecer aprender una nueva habilidad, o con el caso específico de esta investigación, la de ofrecer a los padres de familia la importancia de aceptar la educación específica para menores sobre un tema desconocido para ellos.

Lograr la conciencia de transmitir una intervención y generar cambio es el principal objetivo de una campaña publicitaria, donde más que una recompensación monetaria, el beneficio a la sociedad es la principal recompensa; es decir, promocionar soluciones sobre una problemática social y ser agentes de cambio es el principal fin de que las empresas u organizaciones utilicen esta campaña específica.

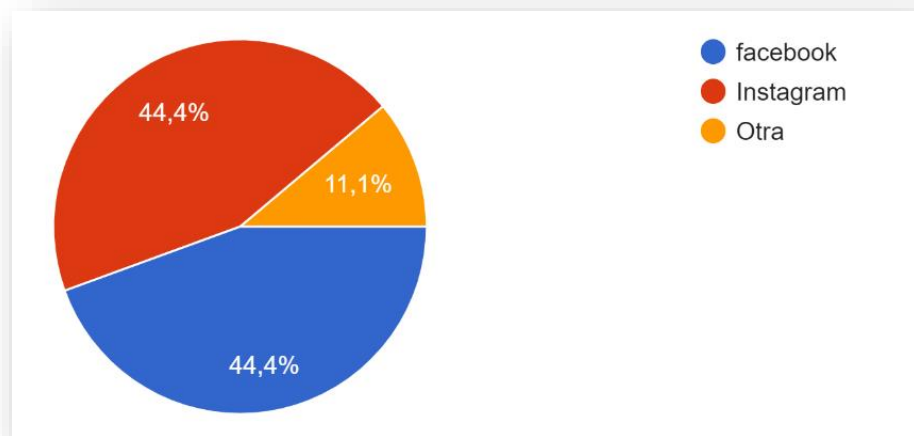
Figura 1. ¿Le gustaría que se diseñara una campaña publicitaria sobre el retraso psicomotor?



Nota. Fuente creación propia

Al realizar la interrogante a padres y madres de familia, ¿Le gustaría que se diseñara una campaña publicitaria sobre el retraso psicomotor? El 94,4% los padres y madres de familia respondieron que si les gustaría que se realizara una campaña sobre el retraso psicomotor y el 5,6% respondió que tal vez. La cual evidencia que la mayoría de los padres y madres de familia refieren que la campaña publicitaria acerca del retraso psicomotor sería una buena idea para ser implementada, ya que esta fungiría como una herramienta de conciencia para dar a conocer la problemática y como esta debería de ser tratada.

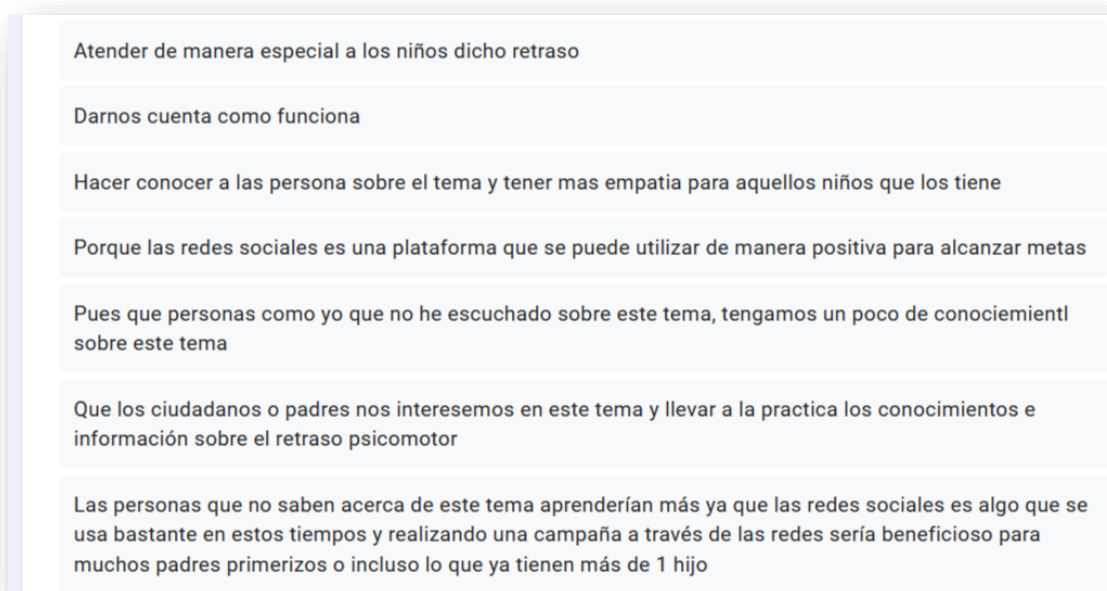
Figura 2. Gráfico de. ¿Qué tipos de redes sociales utiliza?



Nota. Fuente creación propia

Al realizar la interrogante, ¿Qué tipos de redes sociales utiliza? El 44,4% de los padres y madres de familia respondieron que utiliza con mayor frecuencia la red social de Facebook, el otro 44,4% respondió que Instagram y por último el 11,1% respondió que utiliza más otras redes sociales. Esta demuestra que al menos la mitad de los padres y madres de familia hacen uso con mayor frecuencia la red social Facebook, lo que significa que Facebook será utilizada como herramienta principal de difusión, por las funciones específicas que esta cuenta.

Figura 3. *¿Cuál creé que serían los beneficios de realizar una campaña publicitaria sobre el retraso psicomotor en redes sociales?*



Nota. Fuente creación propia

Al realizar la interrogante, ¿Cuál cree que serían los beneficios de realizar una campaña publicitaria sobre el retraso psicomotor en redes sociales? Los padres y madres de familia dieron diversas opiniones acerca de los beneficios de realizar una campaña educativa. Los beneficios son: Atender de manera especial a los niños, Darnos cuenta de cómo funciona, hacer conocer a las personas sobre el tema y tener más empatía, etc.

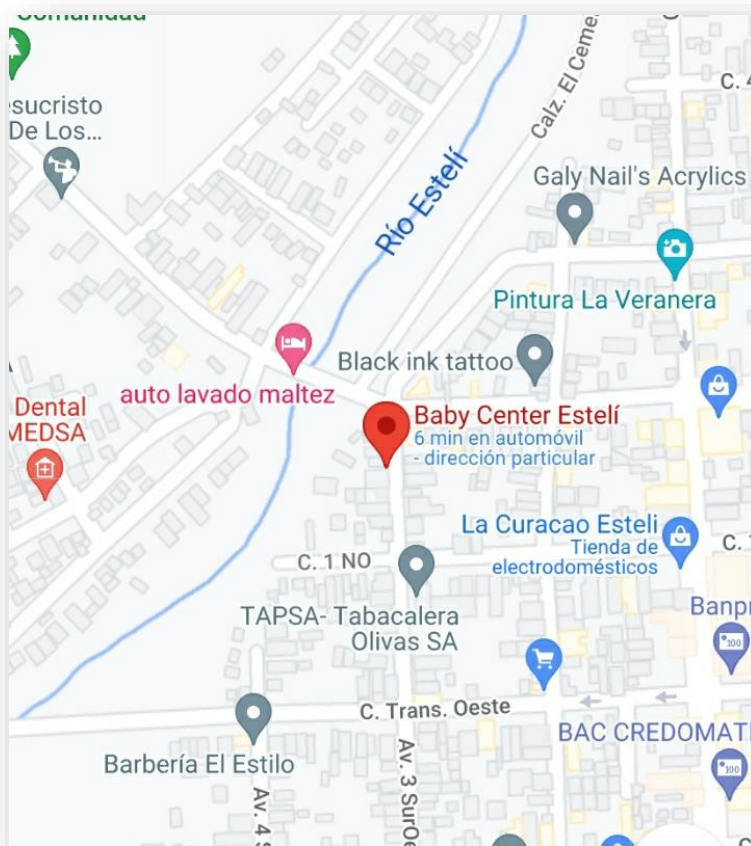
De acuerdo al análisis actual sobre la problemática del desarrollo psicomotor en donde según las estadísticas, el 40% de los padres y madres de familia desconocen acerca del retraso Psicomotor, cada día son más los niños y niñas que presentan dificultades en su desarrollo por falta de información acerca de la importancia de la estimulación temprana. Hemos decidido crear esta propuesta de diseño campaña educativa que llevara por nombre “Juntos por un desarrollo mejor”. Hemos elegido por nombre, para la campaña publicitaria “Juntos por un desarrollo mejor”, debido a que, si

nos mantenemos unidos, se demostraría que es una buena forma para recaudar esfuerzos ante una causa social como lo es este proyecto, las personas se sentirían más involucradas y se obtendrían los resultados deseados.

Ubicación Sectorial

Para la realización de esta campaña publicitaria se escogió el centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center, que está ubicado de la Ferretería Blandón Moreno 2 cuadras al Oeste 25 Varas al sur. Estelí- Nic. El centro está dirigido por el director Juan Carlos Moreno “Juntos por un desarrollo mejor”

Figura 4. Gráfico de Ubicación Geográfica del centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center.



Nota. Fuente: Google Map

Isotipo de la Campaña

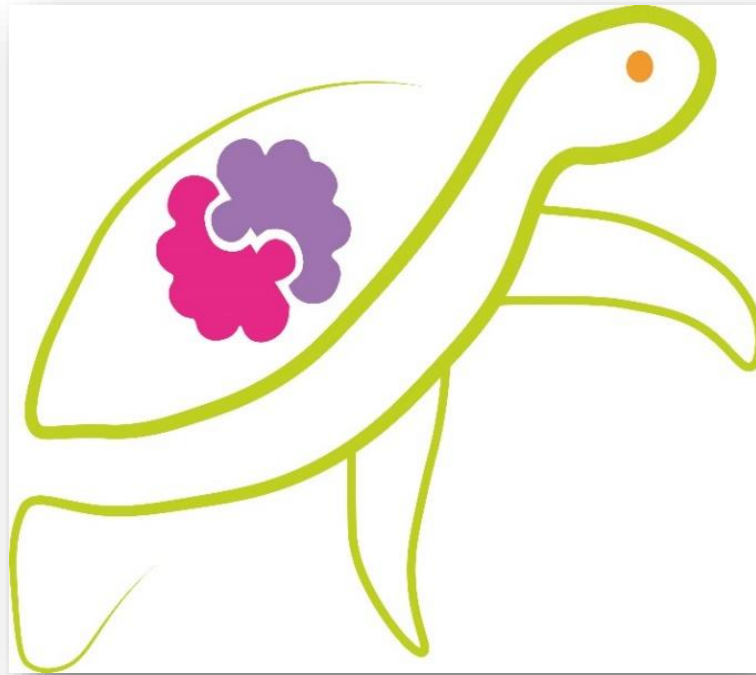
El diseño de la tortuga y el cerebro ya que buscamos algo que nos ayudara a representar la estimulación y su proceso. Si bien muchos recordamos la famosa fabula “La liebre y la tortuga”, fue de ahí donde sacamos la idea de la tortuga ya que en la fábula nos muestra que no importa que tan largo se vea la meta siempre es posible llegar a ella. Y decidimos también incluir el cerebro ya que es ahí donde empieza la estimulación.

Figura 5. *Gráfico de Partes del Isotipo de campaña.*



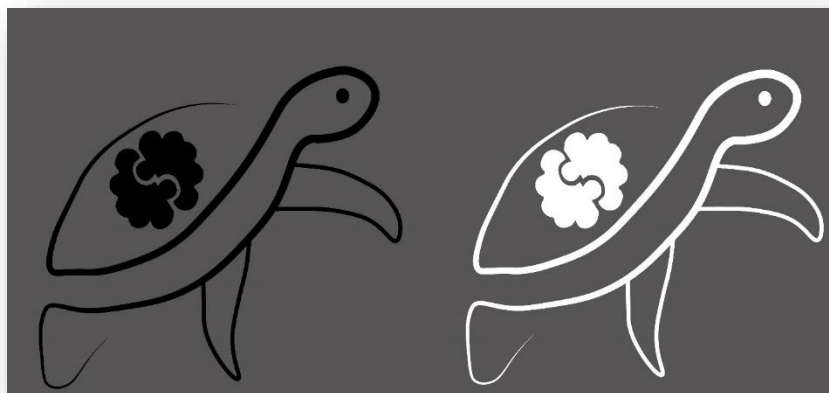
Elaborado por: Pinell Pérez y Osorio G. (2022)

Figura 6. *Gráfico de Isotipo de campaña.*



Elaborado por: Pinell Pérez y Osorio G. (2022)

Figura 7. *Isotipo negativo y positivo de campaña*



Elaborado por: Pinell Pérez y Osorio G. (2022)

Paleta de colores

Figura 8. *Gráfico de Paleta de colores*



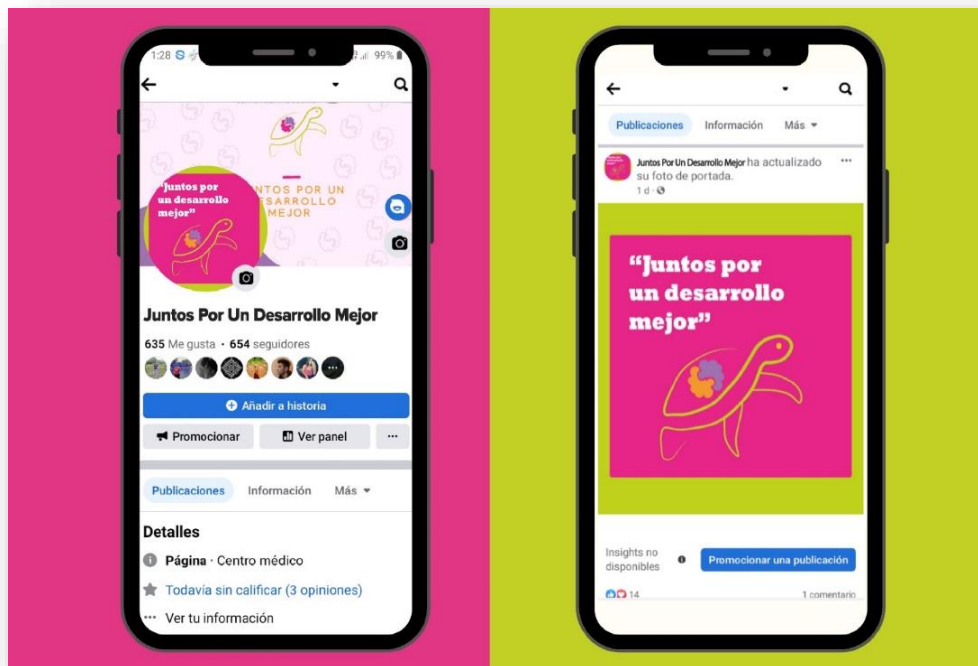
Elaborado por: Osorio G. y Pinell Pérez. (2022)

Se realizó la selección de esta paleta de colores por su manera de transmitir alegría cuando estos se unifican, a su vez producen sensaciones de vitalidad, son colores relajantes, que presentan imaginación, creatividad, magia, entusiasmo, equilibrio, confianza, fuerza, energía, armonía, optimismo, además de ayudar a disminuir fobias, angustias y crear efectos relajantes en los niños y niñas como lo es el color morado que es un color muy utilizado en el ámbito infantil.

Plataforma Digital

Como plataforma digital en la cual implementar la campaña publicitaria. Fue seleccionado Facebook, por su posición como la plataforma social con mayor alcance y la que cuenta con las herramientas necesarias, para segmentar y lograr que el mensaje sea transmitido hacia el público de interés.

Figura 9. Mockup *Página y Post de Facebook*



Elaborado por Osorio G. y Pinell Pérez (2022)

Figura 10. *Portada de Facebook.*



Elaborado por Osorio G. y Pinell Pérez (2022)

Tipografía

Figura 11. *Tipografía*

Manjari Bold

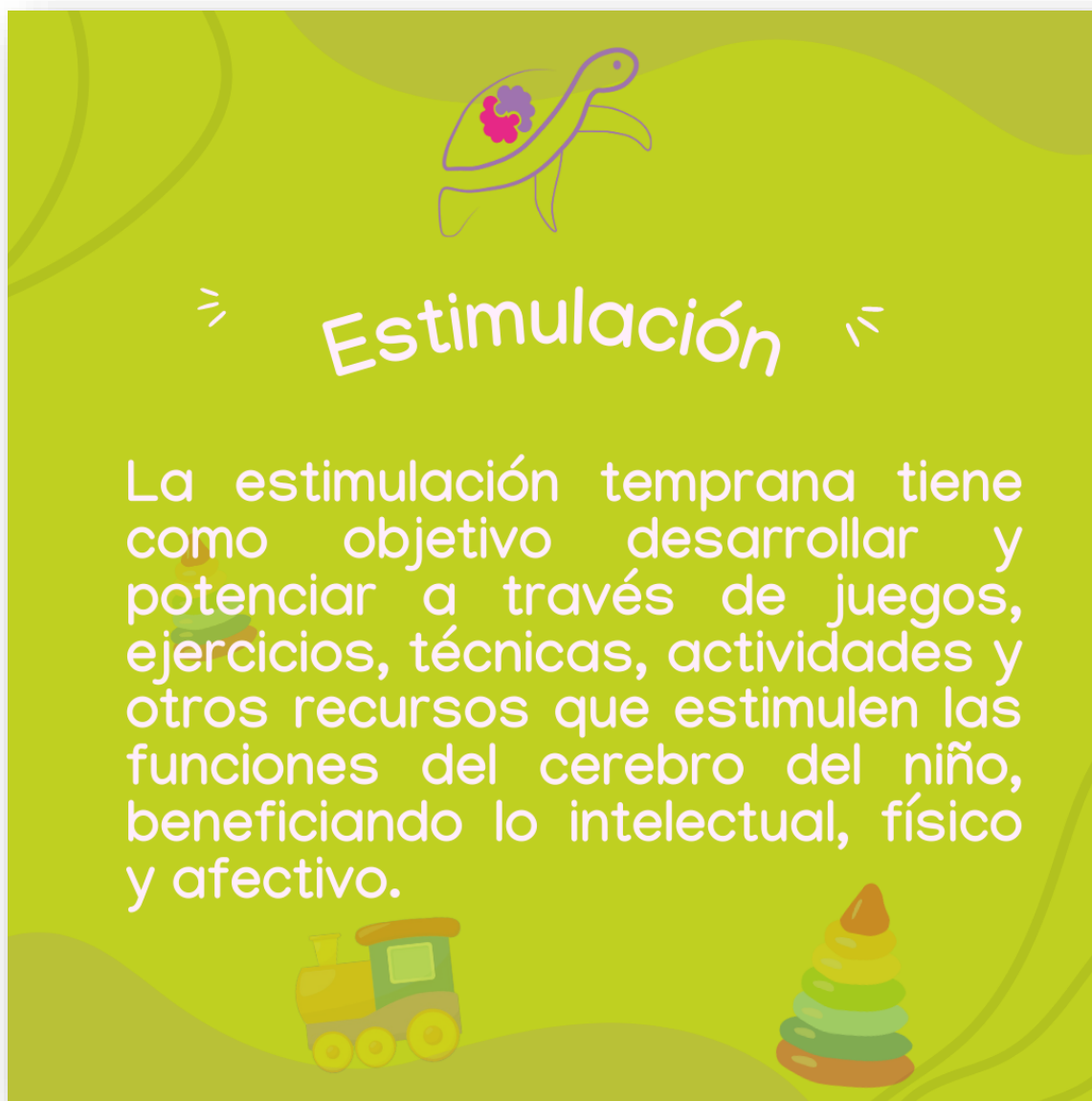
Elaborado por: Osorio G. y Pinell Pérez. (2022)

Se optó por la tipografía Manjari Bold, por la facilidad y versatilidad que esta fuente tiene para que los diseños como fuente de información obtengan ese toque divertido y a su vez es fácil y agradable de comprender para el lector.

Piezas graficas

Con el fin de crear una campaña publicitaria para el centro de evaluaciones y terapias integrales Baby center. Se desarrollará distintos materiales gráficos como afiches, Flyers, Reels, infografías, etc. Que podrían ser aprovechados para la evolución de la campaña como material facilitador de información los cuales abordaran temas como el desarrollo cognitivo, lenguaje y social, Juegos que ayuden a desarrollar al niño y la niña, tipos de aprendizaje significativo, Metodología Montessori, Hitos del desarrollo, y ¿Cuáles son las habilidades sociales básicas en los niños y niñas? Entre estos se propondrá:

Figura 12. *Afiche N°1 Estimulación*



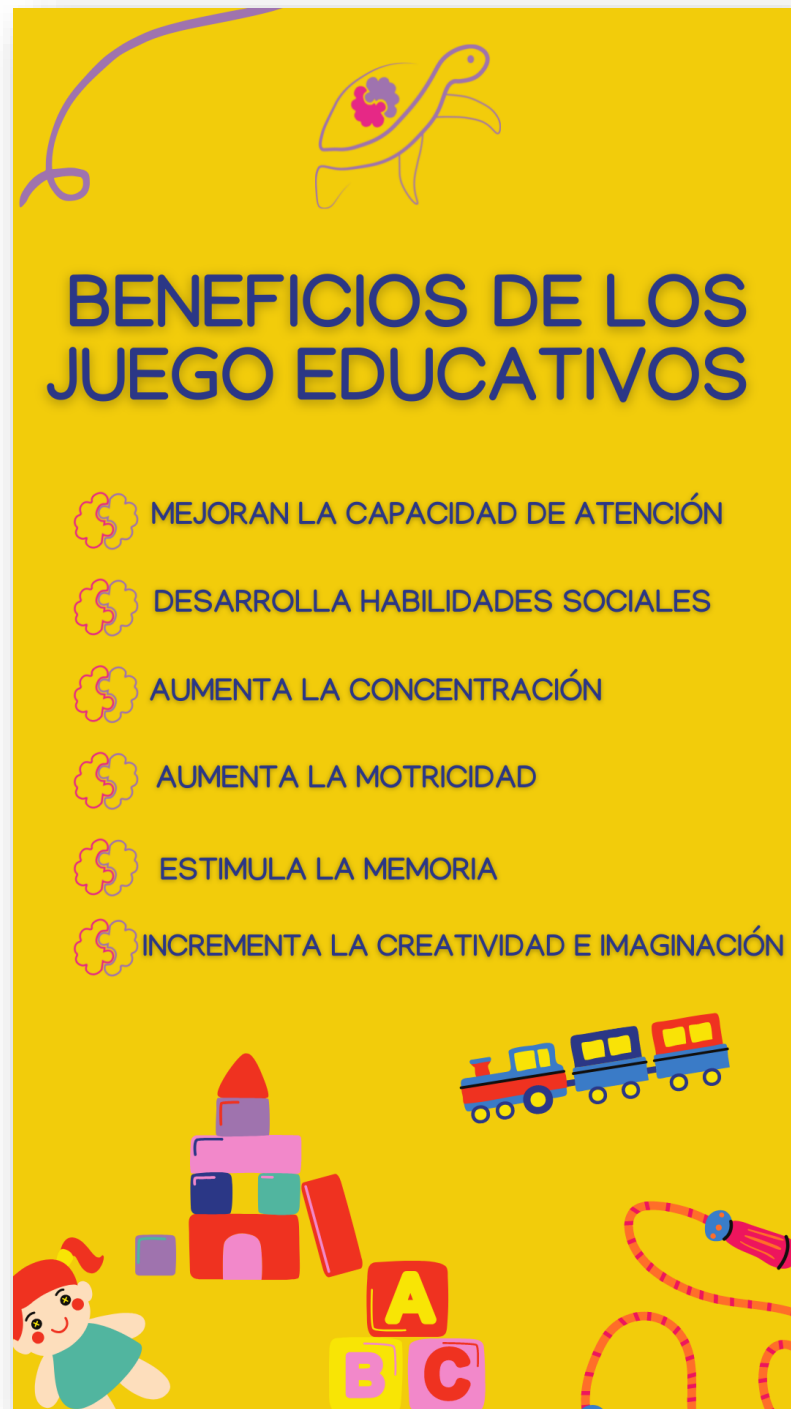
Elaborado por Osorio G. y Pinell Pérez (2022)

Figura 13. Afiche N°2 *¿Qué es el retraso psicomotor?*



Elaborado por: Osorio G. y Pinell Pérez (2022)

Figura 14. Afiche N°3 Beneficios de los juegos



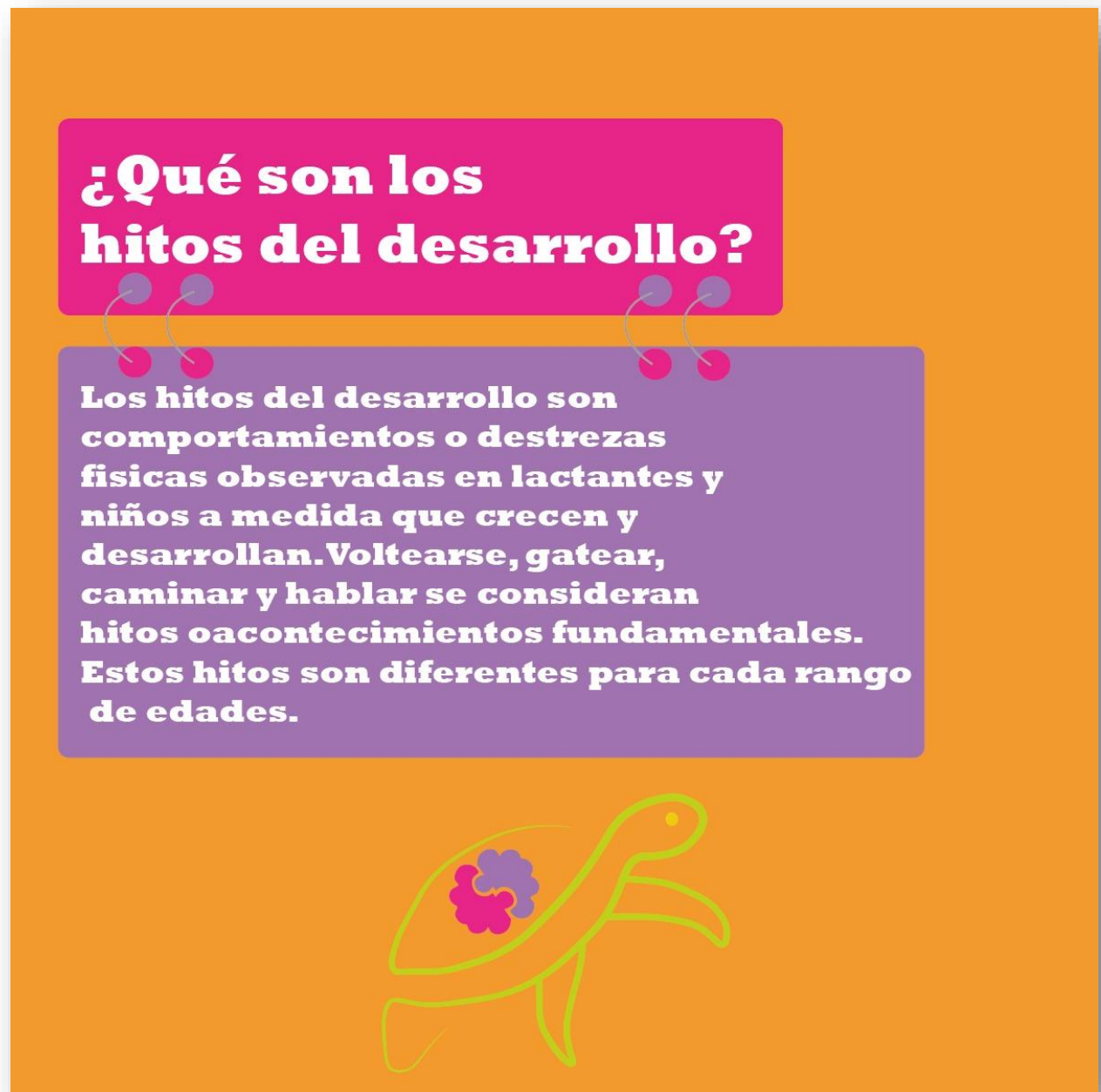
Elaborado por: Pinell Pérez y Osorio G. (2022)

Figura 15. Secuencia de post N°1 alimentación adecuada.



Elaborado por: Osorio G. y Pinell Pérez (2022)

Figura 16. Post N°1 ¿Qué son los hitos del desarrollo?



Elaborado por: Pinell Pérez y Osorio G. (2022)

Figura 17. Reel N°1 estimula la creatividad.



Elaborado por Osorio G. y Pinell Pérez (2022)

Enlace para entrar al video: <https://youtube.com/shorts/TpVbrbl8dOs?feature=share>

Figura 18. Reel N°2 habilidades motoras.



Fuente pexels

Elaborado por Pinell Pérez y Osorio G. (2022)

Enlace para entrar al video: <https://youtu.be/7yP7AWH1xZI>

Figura 19. Reel N°3 Juegos como base del aprendizaje.



Fuente pexels

Elaborado por Pinell Pérez y Osorio G. (2022)

Enlace para entrar al video: <https://youtu.be/p-jUiFYoF5g>

Figura 20. Post N°2 ¿Qué es la estimulación temprana?

¿Qué es la Estimulación temprana?

La estimulación temprana (ET) es un conjunto de actividades y técnicas dirigidas a niños de 0 a 6 años.

Su objetivo principal es favorecer al máximo el desarrollo de las facultades cognitivas, físicas, emocionales y sociales de los infantes.



Fuente freepik

Elaborado por Pinell Pérez y Osorio G. (2022)

Figura 21. Post N°3 ¿Quiénes participan en la estimulación del niño?



“Ayúdame a hacerlo por mi mismo”.
-María Montessori



¿Quiénes participan en la estimulación del niño?



Preferentemente deben participar ambos padres, porque de alguna manera, en su actividad cotidiana con los hijos, estos llegan a convertirse en sus verdaderos terapeutas, ya que son el elemento clave para su estímulo psíquico, físico y social.

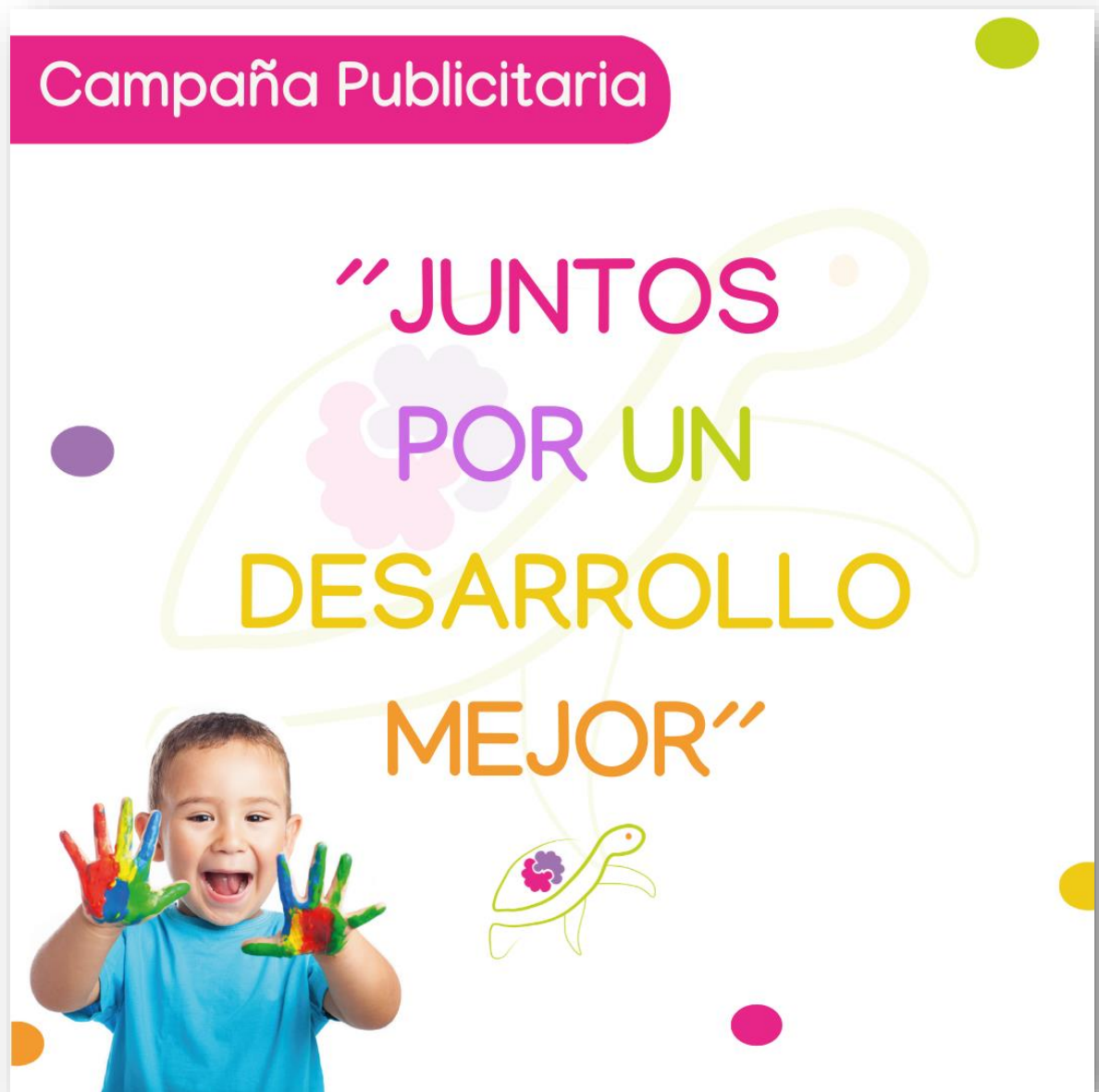
De referencia que sea bajo la supervisión de un médico rehabilitador pediátrico. Con la participación de terapeutas físicos, ocupacionales y de lenguaje.



Fuente freepik

Elaborado por Pinell Pérez y Osorio G. (2022)

Figura 22. *Post N°4 "Juntos por un desarrollo mejor"*



Fuente vista create

Elaborado por Pinell Pérez y Osorio G. (2022)

Presupuesto

Para la ejecución de la campaña fue necesaria la planeación de un presupuesto el cual determino todos los costos que serán realizados para el desarrollo de la campaña publicitaria para padres de familias orientada a la estimulación temprana en niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor en el Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center logre adecuar el valor de la realización de la campaña educativa en sus gastos pasivos.

Tabla 2. *Presupuesto aproximado de campaña publicitaria “Juntos por un desarrollo mejor”.*

Cantidad	Descripción	P/U	Precio Total
1 mes	Serv. Social media	\$400	\$400
	Diseño de publicaciones: <ul style="list-style-type: none">• Flyers• Infografías• Reels• Afiches• Post		
	Publicaciones		
	Stories		
	Interacción		

	Informes y análisis		
1 mes	Servicios extras: <ul style="list-style-type: none"> • Tutorías • Talleres • Servicios tecnológicos 	\$100	\$100
1 mes	Ad Manager	\$3	\$113
		Total	\$613

Elaborado por: Osorio G. y Pinell Pérez (2022)

Ad Manager

País, Nicaragua.

Personas alcanzadas: 11,6 mil – 33,6 mil personas por día.

Resumen de pago: El anuncio estará en circulación durante 31 días.

Presupuesto total: \$3 por día durante 31 días.

Importe total: \$113

Tabla 3. Cronograma de publicaciones de la campaña “Juntos por un desarrollo mejor”.

PLATAFORMA	Tipo de contenido	Contenido de la publicación	Fecha	Hora
Facebook	Afiche	Estimulación	#####	10:00 a. m.
Facebook	Afiche	¿Qué es el retraso Psicomotor?	#####	02:00 p. m.
Facebook	Post	¿Qué son los hitos del desarrollo?	#####	10:00 a. m.
Facebook	Reel	Estimula la creatividad	#####	02:00 p. m.
Facebook	Infografía	Beneficios de los Juegos	#####	10:00 a. m.
Facebook	Post	¿Qué es la estimulación temprana?	#####	02:00 p. m.
Facebook	Post	¿Quiénes participan en la estimulación del niño?	#####	10:00 a. m.
Facebook	Reel	Habilidades motoras	#####	02:00 p. m.

Facebook	Reel	Juegos como base del aprendizaje.	#####	10:30 a. m.
Facebook	Reel	consejos para el desarrollo cerebral de tu bebe	#####	02:00 p. m.
Facebook	Reel	Juegos como base del aprendizaje.	#####	10:00 a. m.
Facebook	Post	La edad y márgenes de la normalidad para diferentes hitos del desarrollo psicomotor.	#####	02:00 a. m.
Facebook	Post	Función del pediatra	#####	10:00 a. m.
Facebook	Post	Áreas de estimulación	#####	02:00 a. m.

Elaborado por Pinell Pérez y Osorio G. (2022)

9.3 Validación campaña publicitaria

En base al tercer objetivo de este proyecto de investigación, siendo validar la campaña publicitaria para demostrar a los padres, madres de familia la importancia de estimular, identificar y tratar el retraso psicomotor.

Con el fin de comprobar la efectividad de la campaña publicitaria se realizó un proceso de validación con profesionales del área de estudio.

De esta manera comprobando su efectividad, para la validación fue necesario realizar un instrumento de encuesta en el cual se realizaron las preguntas al Lic. Juan Carlos Moreno, director del Centro de terapias y enseñanzas integrales Baby Center, ya que cuenta con los conocimientos necesarios acerca de la visión de los objetivos del centro y la misión que este tiene sobre la promoción de conciencia social sobre el retraso psicomotor, al Ing. Iván Villareyna Gaméz especialista en Marketing y comunicación, por sus conocimientos científicos en el área de marketing, sus conocimientos para la realización de una campaña social y los requerimientos necesarios para su efectividad y a la madre de familia Annie Dayana Pinell Pérez porque como madre de familia ocupa un papel muy importante debido a que los padres son los principales mentores y guías de su hijos e hijas, es por ello que su opinión acerca de esta campaña es fundamental para su validación. En las cuales se dieron los siguientes resultados:

Al realizar la interrogante, ¿Considera que la campaña educativa para Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center tiene coherencia con el problema de investigación?, La y los encuestados validadores afirman que la campaña publicitaria propuesta tiene total coherencia con la problemática que referimos en nuestra investigación, lo cual significa que la problemática previamente definida puede ser abordada en el contenido de la campaña publicitaria.

Al realizar la interrogante, ¿La campaña publicitaria para Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center evidencia una solución a la problemática de

investigación? El Lic. Moreno, el Ing. Villareyna Gaméz y la madre de familia Pinell Pérez, refieren que la campaña publicitaria, por su estructura y desarrollo demuestra que puede fungir como una solución ante la problemática referida, ya que esta es capaz de transmitir mensaje al público objetivo, dar a conocer acerca de esta problemática a la sociedad en general y concientizar a la sociedad sobre la importancia de la estimulación temprana en los niños y niñas.

Al realizar la interrogante, ¿Considera que la propuesta de la campaña publicitaria para Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center cumple con los objetivos y metas del Centro? El Lic. Moreno, director del centro de Evaluaciones y terapias integrales Baby Center, reafirma que sí, la campaña publicitaria realizada se alinea de manera correcta con los objetivos, visión y misión del Centro educativo, ya que la campaña publicitaria representa las metas de acompañar el desarrollo efectivo en los ámbitos sociales, culturales, y habilidades de pensamiento crítico y motoras de los niños y niñas del municipio de Estelí. En otro aspecto al preguntarle al Ing. Villareyna Gaméz sobre si la propuesta de campaña publicitaria es funcional sobre un centro educativo, el Ing. Villareyna Menciona que sí, esto porque el contenido propuesto en la campaña refiere de manera correcta todo lo relacionado a un sujeto o agrupación que tenga como finalidad la conciencia y la educación.

Al realizar la interrogante, ¿El contenido de la campaña publicitaria para Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center es completa y contiene las herramientas necesarias para facilitar su aplicación? El Lic. Moreno, el Ing. Villareyna Gaméz y la madre de familia Pinell Peréz mencionan que el contenido de la campaña educativa es completo y contiene las herramientas necesarias para su fase de aplicación, el Ing. Villareyna Gaméz menciona que algunos puntos relacionados al presupuesto y a la segmentación pueden ser elaborados a mayor definición, solamente si el Centro educativo de terapias desea en el futuro desarrollar de manera continua la campaña educativa.

Al realizar la interrogante, En su totalidad, ¿Cuál es su valoración general sobre el proyecto de esta investigación (Diseño de campaña Publicitaria para padres de familias orientada a la estimulación temprana en niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor en el centro de evaluaciones y terapias integrales Baby center de la ciudad de Estelí, durante el II semestre, 2022) ?, para finalizar al preguntarle a la y los encuestados validadores sobre la valoración general, sobre el proyecto de esta investigación Diseño de campaña Publicitaria para padres de familias orientada a la estimulación temprana en niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor en el centro de evaluaciones y terapias integrales Baby center de la ciudad de Estelí, durante el II semestre, 2022. La y los encuestadores presentan una valoración positiva donde el Lic. Moreno y la madre de familia Pinell Pérez califican con excelente y el Ing. Villareyna Gaméz califica como muy bueno. Por lo cual la campaña publicitaria realizada para esta investigación, siendo validada; es capaz de demostrar a los padres, madres y población en general la importancia y beneficios de la estimulación, identificación temprana y en general el tratamiento del retraso psicomotor refiriendo al Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center como la institución capaz de cumplir con esta función, así como está determinado en los objetivos de esta investigación.

X. Conclusiones

A través de lo desarrollado en este proceso de investigación y la recopilación de datos documentales y mediante entrevistas a sujetos especializados; se llegó a las siguientes conclusiones generales:

Según el objetivo general y la campaña publicitaria realizada como producto paralelo a esta investigación, se ha demostrado que las campañas publicitarias con finalidad social son de suma importancia, para realizar un cambio en nuestra comunidad. El Centro de evaluaciones y terapias integrales, Baby Center, como participe en la acción de estimular a la juventud de la región norte de Nicaragua, la cual presenta retraso psicomotor como participe, está encargada de realizar un cambio mediante esfuerzos de estimulación temprana y terapia; con el fin de aumentar el alcance de la visión que tiene este centro y lograr su posicionamiento de mercado, la realización de una campaña publicitaria a través de redes sociales, permitirá hacer llegar el mensaje a los padres y madres de familia.

Referente al primer objetivo específico; la estimulación temprana, como herramienta para tratar trastornos que afectan el comportamiento físico y psicológico de los menores, el centro Baby Center, especializado en contribuir al desarrollo de los y las menores, utiliza distintas técnicas y actividades, que permiten potenciar las habilidades fundamentales, para que los y las jóvenes participantes logren sobrellevar la problemática del retraso psicomotor y adaptarse de manera efectiva en la sociedad.

De acuerdo al segundo objetivo específico, las actividades que realiza el centro Baby Center en función de aportan al desarrollo de la juventud en el municipio de Estelí, así como su abordaje sobre temáticas de concientización poblacional, permiten desarrollar una campaña publicitaria, que logre aprovechar todos estos recursos, para la creación de material gráfico de interés, y así ser utilizado para lograr, además de concientizar, fidelizar a la población.

En base al tercer objetivo, la campaña publicitaria realizada para el centro Baby Center, siendo validada, cuenta con todos los elementos esenciales, para aplicarse de manera efectiva; así como estar alineada con la visión y enfoque de acción del centro de estudios. La campaña publicitaria “Juntos por un desarrollo mejor” realizada para esta investigación, es capaz de demostrar a los padres, madres y población en general la importancia y beneficios de la estimulación, identificación temprana y en general, el tratamiento del retraso psicomotor refiriendo al Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center como la institución capaz de cumplir con esta función.

XI. Recomendaciones

A través de la investigación anterior los datos recopilados mediante los documentos, entrevistas y las conclusiones que se determinaron, se recomienda lo siguiente:

Se invita al núcleo familiar estimular al bebe desde que está dentro del vientre, ya que ellos desarrollan en gran parte sus sentidos durante el periodo de gestación, por lo tanto, es muy importante que personas que le rodeen desde el exterior, así como sus padres, realicen ejercicios o metodos de estimulación como lo es la música, melodías suaves o música blanca, sensaciones como masajes, voces, etc. A través de estas estimulaciones él bebe obtiene muchos beneficios tales como; Conectar con el mundo exterior, desarrollar su inteligencia, descubrir emociones, potenciar su desarrollo sensorial, fortalecer su vínculo con la madre y viceversa, promover su desarrollo social y emocional, entre otros beneficios.

Se sugiere a las instituciones enfocadas en la estimulación temprana de los y las niñas que presentan cuidados especiales, la constante capacitación a su personal administrativo, cuerpo docente y asistencia terapéutica. Sobre ejercicios de estimulación temprana y recursos que promuevan el desarrollo integral de los y las niñas.

Se recomienda a la población en general desarrollar mayor conciencia social en sus acciones y palabras sobre la diversidad que nos rodea, fomentar y promover el respeto. Que consideren que las personas con necesidades especiales (tal como lo es el retraso psicomotor). Son personas capaces de integrarse con total normalidad en la sociedad, capaces de formar una familia, participar en un trabajo y cumplir con cualquier desafío que se le sea interpuesto.

XII. Referencias Bibliográficas

- Ancin A, I. (2018). *Análisis de los distintos tipos de campañas publicitarias y sus diferentes aplicaciones para lograr el Top of Mind de las marcas*. Revista Caribeña de Ciencias Sociales .
- Calderón Osorio, T., López Ramírez, D., & Torres Velásquez, M. A. (2018). *Técnicas para la estimulación del desarrollo de la motora fina en niños y niñas del III nivel de preescolar Fabretitto durante el segundo semestre del año 2018 del municipio de Estelí*. Estelí.
- Alcozer Villacis , J. (2022). *Intervención temprana en niños con retraso psicomotor de 0 a 6 años*. Ecuador.
- Ayala, M. (28 de agosto de 2022). *Lifeder*. Obtenido de CULTURA GENERAL Y SOCIEDAD » INVESTIGACIÓN MIXTA: <https://www.lifeder.com/investigacion-mixta/>
- Ballina Talento, A. (2008). *Introducción a la Semiología*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Carrillo, J., Rodríguez, J., Rodrigo, C., S. M., Reyes, B., Pérez , S., & Segura Escobar, M. (2011). *Publicidad, educación y nuevas tecnologías* . Ministerio de Educación.
- Cervantes Rivas, A. M., & Moran Briones , Y. G. (2018). *Estimulación temprana en el desarrollo psicomotriz taller estimulación*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Déu, F. S. (5 de junio de 2014). *Retraso psicomotor: causas, diagnóstico y tratamiento*.
- Encalada Ludeña, D. L. (2013). *LA ESTIMULACIÓN TEMPRANA Y SU INCIDENCIA EN EL APRENDIZAJE DE LOS NIÑOS Y NIÑAS DE PRIMER AÑO DE EDUCACIÓN BÁSICA DE LA ESCUELA "SAN TARSICIO" DEL CANTÓN MACARÁ, PERIODO LECTIVO 2012-2013*. Ecuador.
- Esteves Fajardo, Z. I., Avilés Pazmiño , M. I., & Matamoros Dávalos , Á. A. (2018). *La estimulación temprana como factor fundamental en el desarrollo infantil*. Guayaquil .
- Evertsz, B. (2000). *La Comunicación Efectiva*. República Dominicana: Búho.
- Fuentes Arroba , P. J. (2019). *Importancia Del Diseño de una campaña publicitaria para el posicionamiento de la Fundación Asistencial Armada Nacional (Fasan) En el Sur de la ciudad de Guayaquil* . Guayaquil .
- Garcia, A. M. (2011). *La estimulación temprana y su importancia*. revista digital para profesionales de la enseñanza .

- Garzón Gonzalez , J. A., Rojas Londoño, O., Cañizares Vasconez , L., & Culqui Cerón , C. (2019). *El impacto de la psicología en el ambito eduactivo*. Saberes del Conocimiento.
- Godoy, M. E. (2016). El Brief como elemento esencial de toda gestión publicitaria. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 6.
- Jose, L. (2012). *Investigacion apliacada, propiedad intelectual e industria* . Ecuador : CienciAmerica(UTI).
- Márquez Delgado, D. (2014). *Habilidades investigativas como eje transversal de la formacion para la investigacion* . España : UAM.
- Nieto, N. G. (1995). El diagnostico pegagico en la educación infantil . *Revista Complutense de Educación*, vol, 6, n.' 1.
- Ortiz, T., E. V., Caluña Quintuña, M., & L. A. (2019). *La estimulación temprana en el desarrollo psicomotor en niños y niñas de 3 a 4 años del centro de educación inicial angelitos de luz*. Ecuador: Carrera de Estimulacion Temprana.
- Rivera Cruz, J. J., Chavarria Herrera, M. E., & Meza Hernandez, E. R. (2017). *Metodologías que favorecen el desarrollo de la Psicomotricidad en los niños y niñas de Infantes II, en el Centro Social SOS Herman Gmeiner Estelí este, durante el primer semestre del año lectivo 2016*. Esteli, Nicaragua.
- Salazar , López Andrade, S., & M. G. (2012). *La estimulación infantil incide en el desarrollo cognitivo en niñas y niños de primer año de Educación Básica de la Unidad Educativa Josué Recreo-Quito año lectivo 2010-2011*. Ecuador : Quito: UCE.
- Saldaña Ochoa , C. S., & Saquicela carpio, D. E. (2014). *Prevalencia del retraso en el desarrollo psicomotor y su relacion con las necesidades basicas insatisfechas* . Ecuador .
- Saldaña, C. S., Ochoa, D., & Saquicela Carpio, E. (2014). *PREVALENCIA DEL RETRASO EN EL DESARROLLO PSICOMOTOR Y SU RELACIÓN CON LAS NECESIDADES BÁSICAS INSATISFECHAS*. cuenca.
- Schenke, E. (2018). *Investigacion cualitativa como enfoque metodologico* . Argentina : UNS.
- Solís, C. (2017). *Campaña educativa: “Seguridad en las redes”*. . Managua, Nicaragua.
- Soto Insuga , V., Gonzalez Alguacil , E., & Garcia Peñas , J. (2020). *Detección y manejo del retraso psicomotor en la infancia*. Madrid .
- UNIR. (23 de Septiembre de 2021). *unir.net*. Obtenido de ¿Qué es el diseño gráfico y por qué se ha vuelto tan importante?: <https://www.unir.net/ingenieria/revista/que-es-diseno-grafico/>

UNIR UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LA RIOJA, S. (19 de Junio de 2022).
Estimulación temprana: qué es y cuáles son sus ventajas.

Wong, W. (1988). *principios del diseño en color* . Barcelona Rosellón : Gustavo Gili, S. A. .

Wong, W. (1991). *Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional*. Barcelona Rosselló:
Editorial Gustavo Gili, S. A.

XIII. Anexos

Anexo 1. Modelo de Encuesta realizada a padres y madres de familia



**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM Estelí “Leonel Rugama”
FAREM Estelí**

Encuesta dirigida a los padres y madres de familia

¡Buen día! Somos estudiantes de la Licenciatura en Diseño Gráfico y Multimedia, facilitada por la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí. Estamos realizando esta encuesta con el objetivo de analizar la opinión de la población sobre el Diseño de campaña publicitaria para padres de familias orientada a la estimulación temprana en niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor en el Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center de la Ciudad de Estelí, durante el II semestre, 2022

Edad:

- 20-30 41-50
 31-40 51 o más

Sexo:

- Mujer
 Hombre

1. ¿Alguna vez a escuchado acerca del retraso psicomotor?

Si

No

Un poco

2. ¿Qué tanto sabe del retraso psicomotor?

Mucho

Poco

Nada

3. ¿Conoce a alguien con el retraso psicomotor?

Si

No

4. ¿Alguna vez a escuchado sobre los hitos del desarrollo? (una serie de tareas, comportamientos y habilidades que un bebé o un niño deberían poder realizar a cierta edad)

Si

No

Un poco

5. ¿Creé qué es importante conocer y evaluar el desarrollo psicomotor de los niños y niñas? ¿Porqué?

6. ¿Considera que la estimulación temprana es importante en la vida de los niños y niñas?

Si

No

7. ¿Hace uso de las redes sociales?

Si

No

8. ¿Qué tipo de redes sociales utiliza?

Instagram

Facebook

Otra

9. ¿Ha escuchado anteriormente sobre el concepto campaña publicitaria?
(Campaña enfocada en promocionar temas importantes para la sociedad)

Si, si he escuchado

No, no he escuchado

He escuchado un poco

10. ¿Conoce de alguna campaña publicitaria sobre el retraso psicomotor que se haya realizado en su ciudad?

Si, si conozco

No, no conozco

11. ¿Le gustaría que se diseñara una campaña publicitaria sobre el retraso psicomotor?

Si

No

Tal vez

12. ¿Cuál creé que serían los beneficios de realizar una campaña publicitaria sobre el retraso psicomotor en redes sociales?

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo 2. Modelo de entrevista dirigida a Psicóloga escolar



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí “Leonel Rugama”**

**Entrevista dirigida a Psicóloga Escolar del centro de evaluaciones y
terapias integrales “Baby Center”**

Características del docente

Nombre y apellido: Marlene Irania Lara Ferrufino

Edad: 23 años

Ocupación: psicóloga

Marque con x la información solicitada

Es docente de: tiempo completo Horario

Sexo: Femenino Masculino

Tiempo de docencia: 4 meses

Fecha: 08 de noviembre del 2022

Formulación de preguntas

1. ¿En qué consiste la labor de una psicóloga escolar?

2. ¿Cómo aborda el tema de la educación inclusiva e integral a nivel del centro?

3. ¿Qué son los programas de educación especial?

4. ¿Qué programas de educación especial existen en el centro y como se implementan?

5. ¿Cuáles considera usted que deben ser las habilidades clave que debe tener un buen o una buena psicóloga escolar?

6. ¿De qué manera o cuales son los procedimientos que se realizan para diagnosticar al niño o niña y decidir si debe ser colocado en programas de educación especial?

7. ¿Qué actividades de estimulación realiza con los y las niñas del centro?

8. ¿Cuáles son las edades de los niños y niñas a los que se les brinda terapia en el centro?

9. ¿Qué características considera usted que debe tener un centro de educación inclusiva para llegar hacer un centro de calidad?

10. ¿Cuál es, la parte más gratificante de su trabajo?

11. ¿Cómo profesional cuales son las recomendaciones que da a los padres de familia para que ellos puedan aplicar y lograr una adecuada estimulación temprana para sus hijos e hijas?

¡Muchas Gracias!

Anexo 3. Modelo de entrevista dirigida a Terapeuta



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN-MANAGUA

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí “Leonel Rugama”**

**Entrevista dirigida a terapeuta del centro de evaluaciones y terapias
integrales “Baby Center”**

Características del docente

Nombre y apellido: Ceyling Guadalupe Ruiz

Edad: 22 años

Ocupación: terapeuta

Marque con x la información solicitada

Es docente de: tiempo completo Horario

Sexo: Femenino Masculino

Tiempo de docencia: 1 año

Fecha: 08 de noviembre del 2022

Formulación de preguntas

1. ¿Cuál es su labor en el centro?

2. ¿De qué trata el centro?

3. ¿Cuál es el objetivo del Centro?

4. ¿Qué síndromes trata el centro?

5. ¿Cómo identifica que síndrome está presente en cada niño?

6. ¿Cómo estimula el retraso psicomotor usted como terapeuta?

7. ¿A cuántos niños y niñas atienden en el centro con el retraso psicomotor?

8. ¿Cuál es el trato que los niños y niñas deben recibir? ¿Es por igual o tienen un trato especial con los niños que presentan retraso psicomotor?

9. ¿Cómo se desarrolla el retraso psicomotor en las primeras edades de las y los niños?

10. ¿Qué estrategias utiliza para adaptar las enseñanzas a estudiantes con necesidades especiales?

11. ¿Cómo cree usted que los padres y madres de familia pueden identificar cuando el niño o la niña presentan algún síndrome?

12. ¿Qué consejos le daría usted como terapeuta a los padres, madres de familia y sociedad en general con respecto al trato que se les debe de dar a los niños y niñas que presentan este síndrome?

¡Muchas Gracias!

Anexo 4. Validación instrumentos encuesta y entrevista

Carta de solicitud para validación de instrumento

Estelí, noviembre 2022

Estimado/a maestro/a.:

Reciba mis mayores muestras de consideración y estima.

Por medio de la presente hago de su conocimiento que somos estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico y Multimedia de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua, Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM-Estelí, y actualmente estamos realizando nuestro trabajo de Seminario de Graduación para optar al título de Licenciatura en Diseño gráfico y Multimedia.

Por lo antes expuesto, nos dirigimos a usted, teniendo en cuenta su experiencia y méritos profesionales, a fin de solicitar su valiosa colaboración en la revisión y juicio como experto, para determinar la validez de contenido del instrumento de recolección de datos, que tiene como objetivo recabar información para el desarrollo de la investigación titulada: “ **Diseño de campaña educativa para el Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center sobre la estimulación temprana para niños y niñas de 0 a 9 años de edad con retraso psicomotor del segundo semestre en la Ciudad de Estelí, 2022**”.

Agradeciendo su valioso aporte como experto.

Atentamente,

Vanessa Gissell Osorio Gonzalez

Keydell Karolina Pinell Pérez

Instrucciones

Por favor, lea detenidamente cada uno de los enunciados y de respuesta de cada ítem.

Utilice el siguiente formato para indicar su grado de acuerdo o desacuerdo con cada enunciado que se presenta, marcando con una equis (x) en el espacio correspondiente según la siguiente escala:

5. Excelente
4. Muy Bueno
3. Bueno
2. Regular
1. Deficiente

Si desea plantear alguna sugerencia para enriquecer el instrumento, utilice el espacio correspondiente a observaciones, ubicado en la parte inferior del formato.

Constancia de juicio de experto

Yo, Luis Roberto Fernando Cabrer
Licenciatura/Master en Ciencias de las Computación; por medio de la presente
hago constar que he leído y revisado, con fines de validación, con fines de validación, el
instrumento de investigación: **Guía de Entrevista**, que será aplicado en el desarrollo del estudio:
**“Diseño de campaña educativa para el Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center
sobre la estimulación temprana para niños y niñas de 0 a 9 años de edad con retraso psicomotor del
segundo semestre en la Ciudad de Estelí, 2022”**, por los estudiantes Vanessa Gissell Osorio González
y Keydell Karolina Pinell Pérez.

Luego de hacer las verificaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Evaluación de instrumento:

Nº	Indicadores	Valores				
		Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
1.	El instrumento presenta coherencia con el problema de investigación.					
2.	El instrumento evidencia el problema a solucionar.					
3.	El instrumento guarda relación con los objetivos y preguntas propuestas en la investigación.					
4.	El instrumento utiliza un lenguaje apropiado					
5.	Los indicadores son los correctos para cada dimensión.					
6.	La redacción de las preguntas es clara y apropiada para cada dimensión.					
7.	Relevancia del contenido					
8.	En general, el instrumento permite un manejo ágil de la información.					

El instrumento diseñado a su juicio es: válido () no válido ()

Observaciones: Ninguna

Para que conste a los efectos oportunos, extiendo la presente en la ciudad de Estelí,
a los cuatro días del mes de Diciembre del año dos mil veintidós.



Firma del experto

Constancia de juicio de experto

Yo, Luis Adolfo Hernández Gachón.

Licenciatura/Master en Creación de los computadores; por medio de la presente hago constar que he leído y revisado, con fines de validación, con fines de validación, el instrumento de investigación: **Guía de Entrevista**, que será aplicado en el desarrollo del estudio: **“Diseño de campaña educativa para el Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center sobre la estimulación temprana para niños y niñas de 0 a 9 años de edad con retraso psicomotor del segundo semestre en la Ciudad de Estelí, 2022”**, por los estudiantes Vanessa Gissell Osorio González y Keydell Karolina Pinell Pérez.

Luego de hacer las verificaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones:

Evaluación de instrumento:

Nº	Indicadores	Valores				
		Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
1.	El instrumento presenta coherencia con el problema de investigación.				X	
2.	El instrumento evidencia el problema a solucionar.				X	
3.	El instrumento guarda relación con los objetivos y preguntas propuestas en la investigación.				X	
4.	El instrumento utiliza un lenguaje apropiado				X	
5.	Los indicadores son los correctos para cada dimensión.				X	
6.	La redacción de las preguntas es clara y apropiada para cada dimensión.				X	

7.	Relevancia del contenido					x	
8.	En general, el instrumento permite un manejo ágil de la información.					x	

El instrumento diseñado a su juicio es: válido (x) no válido ()

Observaciones:

Ninguna

Para que conste a los efectos oportunos, extendiendo la presente en la ciudad de Esteli,
a los cuatro días del mes de Diciembre del año dos mil veintidós.



Firma del experto

Anexo 5. Matriz de Entrevista a psicóloga del centro

Tabla 4. Matriz de Entrevista a psicóloga del centro

INSTRUMENTO	FUENTE	VARIABLE	PREGUNTA	REPUESTA
Entrevista	Psicóloga del centro de evaluaciones y terapias integrales, Baby Center.	Labor de psicóloga escolar	¿En qué consiste la labor de una psicóloga escolar?	<p>Consiste en el asesoramiento acompañamiento para facilitar el aprendizaje y crear habilidades de las áreas de desarrollo del niño.</p> <p>Realiza evaluaciones en cuento a las habilidades de desarrollo para detectar o afirmar un trastorno del aprendizaje.</p>

		Abordaje de la educación inclusiva e integral	¿Cómo aborda el tema de la educación inclusiva e integral a nivel del centro?	Se trabaja desde el enfoque cognitivo conductual, reforzamiento de valores en los niños, esto a través de actividades lúdicas en base a la edad de los niños.
		Programas de educación especial	¿Qué son los programas de educación especial?	los programas de educación especial se encargan de asegurar la inclusión de estudiantes con necesidades

				educativas sean o no seas una discapacidad, en escuelas de educación regular.
		Programas de educación	de ¿Qué programas de educación especial existen en el centro y como se implementan?	<p>Área de estimulación temprana, el centro cuenta con un espacio donde permite llevar a cabo la estimulación temprano que se encarga de crear y/o fortalecer las habilidades de los niños.</p> <p>Aulas integradas, se implementa inclusión a las aulas de clases</p>

				a aquellos niños que tienen diagnóstico de trastorno en el desarrollo.
		Habilidades clave	¿Cuáles considera usted que deben ser las habilidades clave que debe tener un buen o una buena psicóloga escolar?	Interés a las necesidades de los niños. Habilidades de comunicación e interpersonales. Atención a la diversidad
		Procedimientos de diagnóstico	¿De qué manera o cuales son los procedimientos que se realizan	Esto da inicio con signos de alarma que presenta el niño, ya sea solicitado por

			<p>para diagnosticar al niño o niña y decidir si debe ser colocado en programas de educación especial?</p>	<p>los padres o a través de las observaciones que hace el docente, se les realiza la evaluación con el instrumento de la escala CLAP; esta permite detectar alteraciones en el desarrollo del niño según la edad en meses.</p> <p>De ser necesario se acompaña con baterías de test.</p>
		<p>Actividades de estimulación</p>	<p>¿Qué actividades de estimulación realizan con los</p>	<p>Son actividades y juegos que permitan al niño crear y</p>

			<p>y las niñas del centro?</p>	<p>potencializar sus habilidades en las áreas de motricidad, comunicación, autonomía y cognitivo.</p> <p>A través de juegos con plastilina, palillos, verbalización (nombrar, mencionar objetos), juegos matemáticos, rompe cabezas, actividades del diario que permitan el seguimiento de instrucciones.</p>
			<p>¿Qué actividades de</p>	<p>Son actividades y</p>

			<p>estimulación realizan con los y las niñas del centro?</p>	<p>juegos que permitan al niño crear y potencializar sus habilidades en las áreas de motricidad, comunicación, autonomía y cognitivo.</p> <p>A través de juegos con plastilina, palillos, verbalización (nombrar, mencionar objetos), juegos matemáticos, rompe cabezas, actividades del diario que permitan el seguimiento de instrucciones.</p>
--	--	--	--	---

		Edades de niños y niñas	¿Cuáles son las edades de los y las niñas a los y a las que les brinda terapia?	los niños que ahora están pertenecen al rango de 2 años y 6 meses hasta 5 años.
		Características de un buen centro asistencial	¿Qué características considera usted que debe tener un centro de educación inclusiva para llegar hacer un centro de calidad?	Que cuente con profesionales de la educación que posean vocación y habilidades para la comunicación con los niños y familia, que cuente con un espacio seguro para los niños con discapacidad y que cuenten con las

				herramientas necesarias para la estimulación de los niños.
		Gratificación laboral	¿Cuál es la parte más gratificante de su trabajo?	Ver como cada niño avanza de manera significativa en sus procesos y ver como los avances de los niños liberan la carga emocional de los padres.
		Recomendación a padres	¿Cómo profesional cuales son las recomendaciones que da a los padres de	Esto va en base a los avances que lleva el niño, dentro del centro donde

			<p>familia para que ellos puedan aplicar y lograr una adecuada estimulación temprana para sus hijos e hijas?</p>	<p>laboro a los padres de les entrega mensualmente informe sobre su proceso, se les da las sugerencias y herramientas que el niño necesite, esto en el área más afectada del niño. Pero entre una es el elogio, premio o castigo como consecuencias de las acciones de los niños, se les presentan los límites que el niño necesita</p>
--	--	--	--	---

Elaborado por: Osorio G. y Pinell Pérez (2022)

Anexo 6. Matriz de Entrevista a Terapeuta del centro

Tabla 5. Matriz de Entrevista a Terapeuta del Centro

INSTRUMENTO	FUENTE	VARIABLE	PREGUNTA	REPUESTA
Entrevista	Terapeuta del centro de evaluaciones y terapias integrales, Baby Center.	Labor en el centro	¿Cuál es su labor en el centro?	Trabajo como terapeuta en el centro Baby Center
		Finalidad del centro	¿De qué trata el centro?	Este centro nace con la necesidad de cada niño, los niños que presentan algún tipo discapacidad o un retraso en general. Este Centro les brinda atención, siempre en base a la necesidad del niño.

		objetivo del Centro	¿Cuál es el objetivo del Centro?	Este centro tiene como objetivo principal es lograr que los niños puedan reintegrarse a nivel social, global, en todas las áreas. Por ejemplo, en el área motora, área social, la parte del lenguaje. El Centro tiene sus estrategias para trabajar a niños de las primeras edades hasta los cinco años.

		Áreas que Trata el centro	¿Qué síndromes trata el centro?	En este centro por el momento estamos trabajando con niños que presentan el TDAH, autismo y la parte de la falta de estimulación temprana.
		Identificación de signos	¿Cómo identifica que síndrome está presente en cada niño?	Nosotros primero observamos en salita cómo se comporta el niño y también en la parte social.
		Técnicas de estimulación	¿Cómo estimula el retraso psicomotor usted como terapeuta?	Hay bastantes estrategias, por ejemplo, como dije anteriormente, depende de la necesidad y del problema que

				tenga el niño, hay niños que solo presentan dificultad en el encastre, dificultad con el manejo de tijeras. Entonces siempre hay una estrategia para cada niño y nosotros nos acordamos al material que sea necesario para trabajar esas habilidades.
		<p>Incidencias</p> <p>En niños con retraso psicomotor</p>	<p>¿A cuántos niños y niñas atienden en el centro con el retraso psicomotor?</p>	<p>Ahorita estamos aproximadamente con 5 a 6 niños.</p>

		Igualdad de Trato	<p>¿Cuál es el trato que los niños y niñas deben recibir?</p> <p>¿Es por igual o tienen un trato especial con los niños que presentan retraso psicomotor?</p>	<p>A nivel general y de tratamiento, la parte de la inclusión, siempre va estar y el trato siempre será por igual a todos, pero siempre está la parte del terapeuta, que si trabaja la necesidad que queremos desarrollar en los niños.</p>
		Desarrollo del retraso psicomotor	<p>¿Cómo se desarrolla el retraso psicomotor en las primeras</p>	<p>Nosotros trabajamos con una escala del desarrollo y cuando vemos</p>

			<p>edades de las y los niños?</p>	<p>que esa escala no se va cumpliendo con el niño, ya decimos que es un síntoma de alerta, podría ser ese retraso psicomotor o ese retraso a nivel general. Entonces, por ejemplo, nosotros tomamos en cuenta la edad del niño o la niña, para ver si va cumpliendo las habilidades que se requieren a esa edad.</p>
		<p>Estrategias de enseñanza</p>	<p>¿Qué estrategias utiliza para adaptar las enseñanzas a estudiantes con</p>	<p>Por ejemplo, esta parte de las terapias. Estas terapias consisten en terapias de juego. Entonces aquí primero veo</p>

			necesidades especiales?	si el niño cumple con ciertas habilidades y si el niño no tiene este tipo de habilidades o qué tipo de habilidades tiene. Entonces yo trabajo en base a eso, como dije anteriormente, siempre buscando la necesidad del niño, para integrarlo de forma general a su aula de clases.
		Identificación	¿Cómo cree usted que los padres y madres de familia pueden identificar cuando el niño o la niña presentan	Esta esa escala del desarrollo, que es un buen instrumento para ver si el niño lleva su desarrollo de buena forma. Entonces aquí hay un

			algún síndrome?	<p>conocimiento empírico en las madres, yo creo que las madres siempre observan si el niño tiene buen desarrollo, por ejemplo, siento que toda madre conoce que, a los seis meses, por lo menos el niño ya debe su columna y quizás sentarse. Entonces cuando el niño ya no presenta esto, hay un retraso en la motora, si el niño no habla a los dos años, entonces también hay un retraso en el lenguaje. Entonces siento que las madres tienen un conocimiento empírico en la escala del</p>
--	--	--	--------------------	---

				desarrollo y sino, también esta ese instrumento para que verifiquen.
		Consejos sobre cuidado e inclusión	¿Qué consejos le daría usted como terapeuta a los padres, madres de familia y sociedad en general con respecto al trato que se les debe de dar a los niños y niñas que presentan este síndrome?	Al menos como en la parte de la inclusión, siempre tratarlos por igual y manejando las estrategias que puedan trabajar con ellos, para desarrollar las habilidades que necesitan ellos. Si nos estancamos en que el niño va seguir su desarrollo por sí solo, por ejemplo. Mejor buscar las estrategias para que el niño se vaya integrando de acuerdo a su edad, y nosotros también darles el empujón que ellos necesitan para

				integrarse de una mejor manera.
--	--	--	--	---------------------------------

Elaborado por: Osorio G. y Pinell Pérez (2022)

Anexo 7. Modelo de Validación campaña “Juntos por un Desarrollo Mejor”



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM Estelí “Leonel Rugama”
FAREM Estelí**

Campaña educativa para el Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center sobre la estimulación temprana para niños y niñas de 0 a 9 años de edad con retraso psicomotor del segundo semestre en la Ciudad de Estelí, 2022

Validación de campaña educativa dirigida al Lic. Juan Carlos Moreno, director del Centro de terapias y enseñanzas integrales Baby Center

En base al tercer objetivo de este proyecto de investigación, siendo validar la campaña educativa para demostrar a los padres, madres y población en general la importancia de estimular, identificar y tratar el retraso psicomotor.

Problemática:

En el municipio de Estelí, existen centros especializados, para el desarrollo y estimulación temprana en niños y niñas en sus primeros años de su vida, no obstante, no existe constante promoción sobre el tema, lo cual genera desinformación y que los padres de familia acudan a terapia para sus hijos e hijas, hasta que estos presentan signos avanzados, pudientes de diagnosticarse como retraso psicomotor.

1. ¿Considera que la campaña educativa para Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center tiene coherencia con el problema de investigación?

Sí, es coherente con la problemática. (✓)

No, no tiene relación con la problemática. ()

1. ¿La campaña educativa para Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center evidencia una solución a la problemática de investigación?

Sí, demuestra una solución ante la problemática propuesta. (✓)

No, no encuentra solución a la problemática. ()

2. ¿Considera que la propuesta de la campaña educativa cumple con los objetivos y metas del Centro?

Si, cumple con los objetivos y metas del centro (✓)

No, no cumple en lo absoluto con los objetivos y metas del centro ()

Cumple en cierto nivel con los objetivos y metas del centro ()

3. ¿Considera que la propuesta de la campaña educativa para Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center cumple con los objetivos y metas del Centro?

Si, cumple con los objetivos y metas del centro (✓)

No, no cumple en lo absoluto con los objetivos y metas del centro ()

Cumple en cierto nivel con los objetivos y metas del centro ()

4. ¿El contenido de la campaña educativa para Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center es completa y contiene las herramientas necesarias para facilitar su aplicación?

La campaña educativa es completa y funcional (✓)

Carece de algunos conceptos, pero no afecta su aplicabilidad ()

No cumple con lo necesario para aplicarse como campaña educativa ()

5. En su totalidad, ¿Cuál es su valoración general sobre el proyecto de esta investigación (campaña educativa para el Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center sobre la estimulación temprana para niños y niñas de 0 a 9 años de edad con retraso psicomotor del segundo semestre en la Ciudad de Estelí, 2022)?

Excelente ()

Muy Bueno (✓)

Bueno ()

Regular ()

Deficiente ()

Observaciones: _____





Firma del Validador

¡Gracias!



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM Estelí “Leonel Rugama”
FAREM Estelí**

Diseño de campaña publicitaria para padres de familias orientada a la estimulación temprana en niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor en el Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center de la Ciudad de Estelí, durante el II semestre, 2022

**Validación de campaña educativa dirigida al Ing. Iván Villareyna Gaméz
especialista en Marketing y comunicación.**

En base al tercer objetivo de este proyecto de investigación, siendo validar la campaña educativa para demostrar a los padres, madres y población en general la importancia de estimular, identificar y tratar el retraso psicomotor.

Problemática:

En el municipio de Estelí, existen centros especializados, para el desarrollo y estimulación temprana en niños y niñas en sus primeros años de su vida, no obstante, no existe constante promoción sobre el tema, lo cual genera desinformación y que los padres de familia acudan a terapia para sus hijos e hijas, hasta que estos presentan signos avanzados, pudientes de diagnosticarse como retraso psicomotor.

1. **¿Considera que la campaña publicitaria para Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center tiene coherencia con el problema de investigación?**

Sí, es coherente con la problemática. ()

No, no tiene relación con la problemática. ()

1. **¿La campaña publicitaria para Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center evidencia una solución a la problemática de investigación?**

Sí, demuestra una solución ante la problemática propuesta. ()

No, no encuentra solución a la problemática. ()

2. **¿Considera que la propuesta de la campaña publicitaria para Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center cumple con los objetivos y metas del Centro?**

Si, cumple con los objetivos y metas del centro ()

No, no cumple en lo absoluto con los objetivos y metas del centro ()

Cumple en cierto nivel con los objetivos y metas del centro ()

3. **¿El contenido de la campaña publicitaria para Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center es completa y contiene las herramientas necesarias para facilitar su aplicación?**

La campaña publicitaria es completa y funcional ()

Carece de algunos conceptos, pero no afecta su aplicabilidad ()

No cumple con lo necesario para aplicarse como campaña publicitaria ()

4. **En su totalidad, ¿Cuál es su valoración general sobre el proyecto de esta investigación (Diseño de campaña publicitaria para padres de familias orientada a la estimulación temprana en niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor)?**

Excelente ()

Muy Bueno ()

Bueno ()

Regular ()

Deficiente ()

Observaciones: _____

Firma del Validador

¡Gracias!



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM Estelí “Leonel Rugama”
FAREM Estelí**

Diseño de campaña Publicitaria para padres de familias orientada a la estimulación temprana en niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor en el centro de evaluaciones y terapias integrales Baby center de la ciudad de Estelí, durante el II semestre, 2022

**Validación de campaña publicitaria dirigida a la madre de familia Annie Dayana
Pinell Pérez**

En base al tercer objetivo de este proyecto de investigación, siendo validar la campaña educativa para demostrar a los padres, madres y población en general la importancia de estimular, identificar y tratar el retraso psicomotor.

Problemática:

En el municipio de Estelí, existen centros especializados, para el desarrollo y estimulación temprana en niños y niñas en sus primeros años de su vida, no obstante, no existe constante promoción sobre el tema, lo cual genera desinformación y que los padres de familia acudan a terapia para sus hijos e hijas, hasta que estos presentan signos avanzados, pudientes de diagnosticarse como retraso psicomotor.

2. **¿Considera que la campaña publicitaria (Campaña enfocada en promocionar temas importantes para la sociedad) para Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center tiene coherencia con el problema de investigación?**

Sí, es coherente con la problemática. ()

No, no tiene relación con la problemática. ()

3. **¿La campaña publicitaria para Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center evidencia una solución a la problemática de investigación?**

Sí, demuestra una solución ante la problemática propuesta. ()

No, no encuentra solución a la problemática. ()

4. **¿El contenido de la campaña publicitaria para Centro de evaluaciones y terapias integrales Baby Center es completo y contiene las herramientas necesarias para que los padres y las madres de familia logren identificar a tiempo los síntomas acerca del retraso psicomotor?**

La campaña educativa es completa y cuenta con las herramientas necesarias ()

Carece de algunos conceptos, pero no afecta en lo absoluto ()

No cumple con las herramientas necesarias para los padres y madres de familia ()

5. **¿La campaña publicitaria es funcional para padres y madres de familia y cuenta con todas las bases necesarias para su aplicación?**

La campaña si es funcional y cuenta con todo lo necesario para su aplicación ()

No cuenta con lo necesario y no debería ser aplicada ()

- 6. En su totalidad, ¿Cuál es su valoración general sobre el proyecto de esta investigación (Diseño de campaña Publicitaria para padres de familias orientada a la estimulación temprana en niños y niñas de 0 a 6 años de edad con retraso psicomotor en el centro de evaluaciones y terapias integrales Baby center de la ciudad de Estelí, durante el II semestre, 2022)?**

Excelente ()

Muy Bueno ()

Bueno ()

Regular ()

Deficiente ()

Observaciones:

Firma del Validador

¡Gracias!