Kids and Diabetes in Schools

Kids and Diabetes in Schools (KiDS)

Guía de Incidencia Política

Índice

Introducción 3

Diabetes: un desafío mundial 4

El proyecto KiDS de la FID 7

El potencial de KiDS 8

Pasos para promover KiDS 10

Recursos de incidencia política 19

Referencias 26

Agradecimientos

Equipo editorial: Bruno Helman, Beatriz Yáñez Jiménez, Philip Riley.
Contribuidores: Lorenzo Piemonte, Adilson Randi, Delphine Sartiaux, Margaux Ysebaert.
Diseño: Olivier Jacqmain (3 Miles Up).
KiDS es un programa educativo desarrollado por la Federación Internacional de Diabetes y apoyado por Sanofi.

©Federación Internacional de Diabetes, 2021

Introducción

- Introducción
- Un desafío mundial
- El proyecto KiDS de la FID
- El potencial de KiDS
- Pasos para promover KiDS
- Recursos de incidencia política

Acerca de esta guía de incidencia política

La Guía de Incidencia Política de KiDS incluye **información y consejos** para alentar a aquellos que toman las decisiones a nivel local y nacional para que lleven la educación en diabetes a las escuelas.

Esta guía está dirigida a todos aquellos interesados en la diabetes, la educación, la salud y/o el entorno escolar, como: niños y adultos que viven con diabetes; padres, cuidadores y tutores de niños con diabetes; asociaciones de diabetes nacionales y locales; organizaciones de la sociedad civil trabajando en educación, salud y/o derechos humanos; profesionales de la salud; estudiantes; personal escolar y cuerpos escolares relevantes (consejos escolares, asociaciones de padres, asociaciones de profesores, sindicatos de trabajadores de la enseñanza).

¿Qué es la incidencia política?

La incidencia política es una labor sistemática y planeada, destinada a influir en la toma de decisiones dentro de las instituciones políticas, económicas y/o sociales para lograr un cambio positivo. Si bien la incidencia política puede ser una actividad individual, el cambio positivo se produce principalmente a través de colaboraciones.

Por ejemplo, una campaña de incidencia política que tenga como fin prohibir la venta de comida no saludable en las escuelas, o persuadir a la autoridad educativa local para que proporcione sesiones de educación en diabetes para el personal escolar.

La incidencia política dentro del marco del proyecto KiDS sería cualquier actividad o conjunto de actividades destinadas a fomentar que aquellos encargados de tomar decisiones locales o nacionales emprendan acciones y/o adopten políticas para llevar la educación en diabetes a las escuelas.

Acerca de la FID

La Federación Internacional de Diabetes (FID) es **organización internacional** de más de 240 asociaciones nacionales de diabetes en 168 países y territorios. Representa los intereses del cada vez mayor número de personas que viven con diabetes y aquellos en riesgo. La FID ha liderado la comunidad mundial de la diabetes desde 1950. La misión de la FID es promover la prevención, el tratamiento y la cura de la diabetes en todo el mundo.

La FID lleva a cabo acciones para combatir la diabetes desde el nivel local hasta el mundial: desde programas a nivel comunitario (como Los Niños y la Diabetes en la Escuela), a iniciativas mundiales de concienciación e incidencia política. Las actividades de la FID tienen como objetivo influir en las políticas, aumentar la conciencia pública y fomentar la mejora de la salud, promover el intercambio de información de alta calidad sobre la diabetes, y proporcionar educación a las personas con diabetes y a sus proveedores de atención sanitaria.

Puede encontrar más información sobre la FID en: **www.idf.org**

La diabetes: un desafío mundial

Introducción
Un desafío mundial
El proyecto KiDS de la FID
El potencial de KiDS
Pasos para promover KiDS
Recursos de incidencia política

¿Qué es la diabetes?

La diabetes es **una enfermedad no transmisible y crónica que ocurre cuando el cuerpo no puede producir o utilizar de forma efectiva la insulina** que necesita para que la glucosa pase desde el torrente sanguíneo a las células del cuerpo para proporcionar energía. Con el tiempo, un alto nivel de glucosa en sangre puede provocar daños en tejidos y órganos, que pueden resultar en el desarrollo de complicaciones como enfermedades cardiovasculares, retinopatía diabética, enfermedad renal diabética y daño nervioso o vascular.

Existen tres tipos principales de diabetes:

- **La diabetes tipo 1** ocurre cuando el cuerpo produce muy poca insulina o no produce nada. Su aparición ocurre con mayor frecuencia en niños y adolescentes, pero puede ocurrir a cualquier edad. Las personas que viven con diabetes tipo 1 necesitan inyecciones diarias de insulina para mantener bajo control sus niveles de glucosa en sangre.
- **La diabetes tipo 2** ocurre cuando el cuerpo no puede utilizar la insulina de manera efectiva. El tipo 2 representa alrededor del 90% de todos los casos de diabetes. Su aparición suele ocurrir en la edad adulta. Las personas con diabetes tipo 2 pueden inicialmente controlar su glucosa en sangre con una dieta saludable y una mayor actividad física, pero con el tiempo la mayoría necesitan medicamentos orales y/o inyecciones de insulina.
- **La diabetes gestacional** ocurre cuando una mujer experimenta niveles altos de glucosa en sangre durante su embarazo. Suele desaparecer después del embarazo. Las mujeres afectadas por la diabetes gestacional y los niños nacidos de mujeres con diabetes gestacional tienen un mayor riesgo de desarrollar diabetes tipo 2 en el futuro.

Puede encontrar más información sobre la diabetes y evaluar sus conocimientos en **www.idf.org/aboutdiabetes/**

El impacto mundial de la diabetes

La diabetes es uno de los desafíos sanitarios de más rápido crecimiento del siglo XXI, con el número de adultos que viven con diabetes habiéndose más que triplicado en los últimos 20 años.

De acuerdo con las cifras de la FID, en 2019:

463 millones de adultos (20-79 años) vivían con diabetes

Aproximadamente la mitad (232 millones) no estaban diagnosticados

4 de cada 5 (79%) vivían en países de renta baja y media

La diabetes causó 4.2 millones de muertes

Se gastaron 760.000 millones de dólares en diabetes (el 10% del gasto total sanitario en adultos)

Además de los 463 millones de personas que vivían con diabetes, otros 374 millones estaban en riesgo de desarrollar diabetes tipo 2. Si no se toman medidas para hacer frente a esta tendencia al alza, la FID estima que **700 millones de adultos vivirán con diabetes en 2045.**

Introducción
Un desafío mundial
El proyecto KiDS de la FID
El potencial de KiDS
Pasos para promover KiDS
Recursos de incidencia política

La diabetes entre los jóvenes

- En 2019, **más de 1.1 millones de niños y adolescentes** vivían con diabetes tipo 1.
- Cada año, cerca de 130.000 niños y jóvenes menores de 20 años son diagnosticados con diabetes tipo 1. De esta cifra, más de 98.000 tienen menos de 15 años.
- El número de nuevos casos de diabetes tipo 1 entre niños y adolescentes está aumentando en muchos países a una tasa anual de alrededor del 3%.
- En países con acceso limitado a insulina y una provisión sanitaria inadecuada, los niños y adolescentes con diabetes tipo 1 se enfrentan a complicaciones graves y corren el riesgo de una muerte prematura.
- **En muchos niños y adolescentes con diabetes tipo 1, el diagnóstico a menudo se pasa por alto o es erróneo,** confundiéndose la diabetes con gripe estomacal, infección urinaria, faringitis estreptocócica o una infección viral.
- En poblaciones de origen europeo, casi todos los casos de diabetes en los niños y adolescentes son de tipo 1. En otras poblaciones (por ejemplo, Japón), la diabetes más común en este grupo de edad es el tipo 2.
- Existe evidencia de que **la diabetes tipo 2 está aumentando** en niños y adolescentes, pero hay escasez de datos.
- Con los niveles de obesidad e inactividad física en aumento entre niños y adolescentes de muchos países, la diabetes tipo 2 en este grupo de edad tiene la posibilidad de convertirse en un problema de salud pública mundial.

Puede encontrar los últimos datos sobre la diabetes en **www.diabetesatlas.org**

Síntomas típicos de la diabetes tipo 1

Introducción
Un desafío mundial
El proyecto KiDS de la FID
El potencial de KiDS
Pasos para promover KiDS
Recursos de incidencia política

COVID-19, diabetes y escuela

La pandemia de COVID-19 ha afectado de forma desproporcionada a las personas que viven con diabetes, ya que estas corren un mayor riesgo de sufrir resultados de salud negativos si se infectan con el virus. La pandemia ha tenido también un **impacto significativo en la educación**, dado que muchos colegios han cerrado como parte de las medidas de contención del virus.

A pesar de la falta de datos sobre el impacto a largo plazo de la pandemia en niños y jóvenes, investigaciones recientes indican algunas tendencias:

- El COVID-19 ha socavado años de progreso en educación en todo el mundo y ha reducido el acceso a una educación de calidad, en especial entre los estudiantes de entornos/hogares pobres.[1] UNICEF estima que **mil millones de niños corren riego de quedarse rezagados debido al cierre de las escuelas.**
- El COVID-19 está exacerbando las disparidades en nutrición, salud y estimulación, y los servicios de apoyo a niños pequeños con frecuencia son ignorados en la respuesta a la pandemia.[2]
- El COVID-19 puede haber empeorado los ya **insuficientes niveles de actividad física** entre los niños y adolescentes, debido al cierre prolongado de las escuelas y el confinamiento en casa.[3]
- **El tiempo de pantalla recreativa**, así como el **consumo de bebidas azucaradas**, parece haber aumentado durante la pandemia.[4,5,6]
- El COVID-19 parece haber incrementado las tasas de inseguridad alimentaria para los niños, las cuales están relacionadas con el riesgo de obesidad y aumento de peso.[7]

Los niños que viven con diabetes atraviesan muchas dificultades en la escuela. Para poder participar y ser tratados de la misma manera que otros, los niños con diabetes necesitan que el personal escolar y sus compañeros sepan más sobre la diabetes y sobre cómo apoyarlos mejor.

Sarah Biyinzika,
Joven Líder de la FID con diabetes tipo 1 (Uganda)

El proyecto KiDS de la FID

- Introducción
- Un desafío mundial
- El proyecto KiDS de la FID
- El potencial de KiDS
- Pasos para promover KiDS
- Recursos de incidencia política

La FID lanzó el proyecto KiDS en 2013, en colaboración con la International Society for Pediatric and Adolescent Diabetes (ISPAD) y con el apoyo financiero de Sanofi.

Objetivos

- **Mejorar la educación sobre la diabetes en las escuelas para fomentar un entorno seguro y de apoyo** para los niños con diabetes tipo 1 y prevenir la discriminación.
- **Promover hábitos saludables entre los niños** para concienciar sobre los factores de riesgo de la diabetes tipo 2.

¿A quién está dirigido KiDS?

- Escolares (6-14 años).
- Profesores y otro personal escolar (por ejemplo, enfermeras de escuela).
- Padres (incluidos los padres de niños que viven con diabetes).
- Profesionales sanitarios (en especial de atención primaria).
- Políticos y oficiales del gobierno.
- Público general (incluido los medios de comunicación).

Recursos Principales

Los recursos de KiDS son un componente crucial del proyecto. Han sido desarrollados por un comité consultivo internacional y multidisciplinar, y han sido **adaptados a lenguas, culturas y entornos locales**[8]. Uno de los puntos fuertes de los materiales educativos de KiDS es que incluyen módulos dirigidos a diferentes grupos (por ejemplo, el Paquete Informativo y la Guía Nutricional tienen secciones para profesores, padres de niños con diabetes, padres de otros niños y estudiantes).

Los tres recursos principales de KiDS son:

Recurso	Propósito
Paquete Informativo de KiDS	Promueve la sensibilización y proporciona información sobre el manejo de la diabetes tipo 1 en niños y la prevención de la diabetes tipo 2
Guía Nutricional de KiDS	Promueve la sensibilización y proporciona información sobre la importancia de la nutrición y los hábitos equilibrados en el manejo y la prevención de la diabetes
NutriQuiz de KiDS	Test sobre el conocimiento en nutrición, hábitos saludables y su papel en la prevención de la diabetes tipo 2 y en el manejo de todos los tipos de diabetes

Todos los recursos de KiDS están disponibles de forma gratuita en https://kids.idf.org/

Cronología de KiDS

- **2013** — Lanzamiento
- **2014** — Pilotos en Brasil e India (1.393 empleados escolares y 38.000 estudiantes involucrados)
- **2016** — Grupo de Trabajo sobre Nutrición
- **2017** — Guía Nutricional de KiDS
- **2018** — Premio EFPIA a la Colaboración en Salud en la Categoría Prevención y Sensibilización
- **2020** — Nueva página web

El potencial de KiDS

- Introducción
- Un desafío mundial
- El proyecto KiDS de la FID
- El potencial de KiDS
- Pasos para promover KiDS
- Recursos de incidencia política

"Para los niños, la escuela no es solo un centro educativo, sino también un hogar fuera del hogar"[9]

Mejorar el manejo de la diabetes tipo 1 y combatir el estigma

El control efectivo de la diabetes tipo 1 incluye inyecciones diarias de insulina, (auto)monitorización regular de glucosa en sangre y adopción de hábitos saludables, como un incremento de la actividad física y la adopción de una dieta equilibrada. Todo ello es un desafío que puede causar angustia emocional y física a cualquier edad, pero en especial en niños y adolescentes. Las múltiples inyecciones diarias también pueden ser percibidas negativamente por las personas que no entienden lo que es de la diabetes. Esta falta de sensibilización puede llevar a la discriminación y estigmatización[10].

Para que los niños y adolescentes con diabetes tipo 1 se sientan apoyados, comprendidos y seguros en la escuela, **los profesores y empleados escolares, otros estudiantes y los padres deben entender qué es la diabetes tipo 1, cómo se maneja, y cómo pueden apoyar a los niños y adolescentes que viven con diabetes.**

Los recursos del proyecto KiDS ofrecen información sobre la diabetes tipo 1 adaptada para estudiantes, personal escolar y padres. También incluyen información para capacitar en el apoyo a estudiantes que viven con diabetes en su cuidado diario. A través de sus recursos, **KiDS puede ayudar a acabar con conceptos erróneos sobre la diabetes, combatir el estigma y ayudar a mejorar el manejo de la diabetes tipo 1.**

El entorno escolar es desafiante para los estudiantes con diabetes tipo 1. La falta de conocimiento sobre esta condición causa una serie de situaciones problemáticas que podrían ser resueltas si los profesores y el resto del personal tuvieran un mejor acceso a formación e información de calidad.

A muchos estudiantes no se les permite comprobar su nivel de azúcar en sangre, beber o comer algo en caso de hipoglucemia (glucosa en sangre anormalmente baja) o utilizar insulina dentro de clase. Muchos sufren acoso y reciben burlas de otros estudiantes.

Lucas San Pedro,
Profesor de inglés y Joven Líder de la FID
con diabetes tipo 1 (Argentina)

- Introducción
- Un desafío mundial
- El proyecto KiDS de la FID
- El potencial de KiDS
- Pasos para promover KiDS
- Recursos de incidencia política

La prevención de la diabetes tipo 2

Múltiples estudios indican que los dos principales factores de riesgo de la diabetes tipo 2 son comer de forma no saludable y la inactividad física. Aunque la mayoría de casos de diabetes tipo 2 aparecen en la edad adulta, sus factores de riesgo con frecuencia aparecen en la infancia. **Las escuelas ayudan a dar forma a los valores y comportamientos de los estudiantes bajo su cuidado. La escuela es por tanto el entorno ideal para promover hábitos saludables y establecer comportamientos que ayuden a prevenir la aparición de la diabetes tipo 2 en el futuro**.

Los materiales del Proyecto KiDS incluyen información sobre la diabetes tipo 2 y sus factores de riesgo. La Guía Nutricional y el Nutriquiz se han desarrollado para proporcionar información detallada sobre hábitos alimenticios saludables. A través de estos recursos, **KiDS puede concienciar sobre los factores de riesgo de la diabetes tipo 2 y ayudar a prevenir la aparición de nuevos casos en el futuro**.

Modelos de Implementación KiDS

Actualmente hay dos modelos de implementación para KiDS:

- Programa KiDS estructurado: consiste en sesiones regulares y eventos educativos, con la intervención y apoyo de políticos, ONG locales y otros colaboradores. A fecha de hoy, este modelo se ha aplicado en los siguientes países: Argentina, Brasil, Egipto Hungría, India, Japón, Pakistán, Filipinas, Polania y los Emiratos Árabes Unidos.
- Sesiones individuales: consisten en la adaptación de los recursos KiDS para su inclusión en los programas de educación en salud en las escuelas. Este modelo se ha aplicado en más de 45 países.

Puede encontrar más información sobre experiencias de implementación de KiDS en **https://kids.idf.org/success-stories/**

La escuela juega un papel importante en el desarrollo de los niños y adolescentes, contribuyendo a sus comportamientos y creencias. Por ello, es necesaria la existencia de un programa para estudiantes que se centre en la promoción de estilos de vida saludables y en la prevención de la diabetes tipo 2 y la obesidad.

El programa KiDS representa un modelo de éxito en educación sobre diabetes y prevención que puede reproducirse fácilmente en todo el mundo

Dr. Luciana Sardinha,
Coordinadora de Vigilancia de ENTs,
Ministerio de Salud de Brasil

Pasos para promover KiDS

- Introducción
- Un desafío mundial
- El proyecto KiDS de la FID
- El potencial de KiDS
- Pasos para promover KiDS
- Recursos de incidencia política

Los **siguientes pasos** le ayudarán a crear una estrategia para promover la implementación de KiDS en su país o comunidad, y el desarrollo de políticas para llevar la educación en diabetes y la prevención a las escuelas.

Identifique las carencias nacionales

El primer paso en su camino para promover de manera efectiva el programa KiDS es identificar cómo es la educación en diabetes, la prevención y atención de la diabetes en su país.

Lea todo lo que pueda sobre el tema para entender el alcance del problema

En el portal de datos del Atlas de la Diabetes de la FID, puede generar una ficha técnica sobre su país con las últimas estimaciones y proyecciones (incluidas las estimaciones sobre el número de casos, mortalidad, el número de niños con diabetes tipo 1 y el gasto sanitario relacionado con la diabetes). Estos datos serán relevantes cuando desarrolle sus mensajes de incidencia política.

Cree la ficha técnica de su país en
https://www.diabetesatlas.org/data/en/

También le recomendamos investigar qué es lo que está haciendo su país en relación a los compromisos internacionales relativos a las ENT adquiridos con la Organización Mundial de la Salud (OMS) y Naciones Unidas (ONU). Todos los países acordaron estos objetivos. Estos son algunos de los objetivos relativos a las ENT aplicables a KiDS:

Marco Mundial de Vigilancia de la OMS (2013)

- 0% aumento de la diabetes y la obesidad para el 2025.
- 10% reducción de inactividad física para el 2025.
- 80% de cobertura de medicinas y tecnologías esenciales para las enfermedades no transmisibles (según la lista de la OMS) para el 2025.

Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU (2015)

- 30% de reducción en mortalidad prematura debida a las ENT para el 2030.
- Cobertura sanitaria universal para el 2030.
- Acabar con la malnutrición en todas sus formas, incluido el sobrepeso y la obesidad, para el 2030.
- Construir y mejorar instalaciones educativas que sean sensibles con los niños, las discapacidades y el género, y proporcionen un entorno de aprendizaje seguro, no violento, inclusivo y efectivo, para el 2030.

Reunión de Alto Nivel sobre la Cobertura Sanitaria Universal (2019)

- Ampliar los esfuerzos nacionales hacia la cobertura sanitaria universal, incluida la implementación de una serie de acciones para promover los estilos de vida activos y saludables.

Consulte los perfiles de ENTs nacionales de la OMS, para ver cómo va su país con respecto a los objetivos mencionados. Haga que su gobierno rinda cuentas solicitando acciones más firmes y efectivas para hacer frente a las carencias existentes

Puede ver los perfiles de ENTs nacionales de la OMS en
https://www.who.int/es/publications/i/item/9789240000490

- Introducción
- Un desafío mundial
- El proyecto KiDS de la FID
- El potencial de KiDS
- Pasos para promover KiDS
- Recursos de incidencia política

Necesitará investigar algo más sobre las acciones actuales de su país con respecto a la educación en diabetes y la promoción de hábitos saludables en los colegios, con el fin de identificar áreas de mejora. Explore la página web de su Ministerio de Educación y Ministerio de Salud, para ver si existen planes o estrategias para la coordinación de la educación en diabetes en los colegios. Si las hubiese, continúe su investigación para saber si han sido implementadas y, de ser así, cómo de efectivas han sido.

Establecer contacto con su asociación de diabetes nacional o local puede ser útil para identificar carencias

Establezca su meta de incidencia

Una vez haya identificado las carencias nacionales en educación en diabetes y la promoción de hábitos saludables en las escuelas, podrá establecer su meta de incidencia.

Su meta de incidencia es el resultado final deseado que quiere lograr a través de sus acciones de incidencia política. Como regla general, las metas son aspiraciones generales, abstractas y no medibles a largo plazo, a diferencia de los objetivos, que son una forma útil de dividir las metas en componentes más manejables (concretos, medibles, y a corto o medio plazo).

Los objetivos son los pasos intermedios para conseguir una meta. Asegúrese de no confundir estos términos cuando planifique una estrategia de incidencia política

En el marco del proyecto KiDS, la meta general sería que los países mejoren la educación en diabetes y la promoción de hábitos saludables en la escuela a través del desarrollo de políticas y la implementación de programas tales como KiDS. Dependiendo de las principales carencias en su país, podría tener una meta secundaria específica de incidencia que se base en solo uno de los objetivos de KiDS:

- Si la carencia nacional principal es la concienciación sobre la diabetes tipo 1, la meta podría ser "combatir la discriminación contra los niños con diabetes tipo 1 a través de la implementación nacional en las escuelas de KiDS".
- Si el problema principal es el aumento de la prevalencia de la diabetes tipo 2, la meta podría ser "fomentar la prevención de la diabetes tipo 2 desde una edad temprana a través de la implementación de KiDS en las escuelas".

Construya alianzas

Generar de cambios positivos lleva tiempo y es raro que lo consiga solo un individuo u organización. En un entorno con recursos humanos y económicos limitados, establecer alianzas y combinar recursos es la mejor forma de maximizar las posibilidades de éxito.

Si no se siente capaz de identificar carencias nacionales y establecer metas por sí mismo, comience su camino estableciendo alianzas. ¡Sus socios pueden proporcionarle información útil que le ayude a identificar las carencias y establecer las metas!

Una vez haya identificado su principal carencia nacional y establecido su meta, debe centrarse en encontrar socios que pueda ayudarle en su trabajo de incidencia política. Dado que KiDS cubre aspectos como educación, la promoción de la salud, la nutrición y los derechos de los niños, habrá una larga lista de actores con los que pueda colaborar en incidencia sobre KiDS, incluyendo: personas que

viven con diabetes, cuidadores de personas que viven con diabetes, profesionales de salud primaria, asociaciones de diabetes locales/nacionales, organizaciones de derechos humanos, de educación y de salud, académicos, asociaciones de padres, sindicatos de profesores, políticos y el sector privado.

Acceda a la lista de todos los Miembros Nacionales de la FID en **https://idf.org/our-network/regions-members.html**

Si considera colaborar con el sector privado, debe asegurarse de evitar cualquier posible conflicto de interés. Esto ocurriría si el interés comercial de la(s) empresa(s) con la(s) que considera colaborar interfiere con su interés principal (introducir la educación en diabetes en las escuelas). En el marco de KiDS, un claro caso de conflicto de intereses sería trabajar con empresas relacionadas con la fabricación y el marketing de productos no saludables (como bebidas azucaradas y comidas ultra procesadas), ya que sus intereses comerciales son incompatibles con la promoción de hábitos saludables.

Cuando trabaje a favor de una causa, es fundamental involucrar a las personas directamente afectadas por ella. ¡Asegúrese que su estrategia de incidencia de KiDS implica de forma significativa a personas que viven o están afectadas por la diabetes!

Identifique su audiencia objetiva

Tras determinar los socios con los que colaborar para combatir las carencias y conseguir las metas, necesita identificar su audiencia objetiva: **las personas y organizaciones que pueden ayudarle a mejorar la educación en diabetes y promocionar hábitos saludables en las escuelas de su país o comunidad.**

Como promotor de KiDS, su audiencia se divide en dos categorías principales:

- **Decisores principales:** personas y organizaciones con la capacidad de generar cambios, como gobiernos nacionales y locales, ministerios y parlamentarios. En el marco de KiDS, las asociaciones/redes escolares son uno de los decisores principales, ya que tienen la capacidad de implementar KiDS en un gran número de escuelas.
- **Influenciadores:** personas y organizaciones que aconsejan o tienen la capacidad de persuadir a los decisores principales. Entre ellos están los líderes de opinión (medios de comunicación nacionales y locales, líderes comunitarios), famosos y figuras públicas, expertos en la materia y sociedad civil (asociaciones de diabetes y redes de pacientes). Un grupo claro de influenciadores para KiDS son las asociaciones de padres, sindicatos de estudiantes y profesores, que pueden convencer al gobierno sobre la necesidad de implementar el proyecto en las escuelas.

Dependiendo de su estrategia, algunas partes (como el caso de las asociaciones de padres) podrían considerarse socios de incidencia o público objetivo.

Una vez comprenda las características de cada categoría, usted y sus socios deben realizar un trabajo de investigación para preparar una lista detallada con todas las personas y organizaciones que podrían ayudarle a lograr su objetivo. Tenga en cuenta que, dado que los recursos son limitados, no podrá colaborar con todos los actores que identifique.

Siga a la mayor cantidad posible de influenciadores y decisores en redes sociales para obtener más información sobre ellos y su posición sobre temas relacionados con KiDS.

Un Mapa de Poder puede ayudarle a identificar a su audiencia objetiva: las personas y organizaciones de su lista que pueden serle de más ayuda, y que por ello es importante alcanzar. Para cada persona u organización en su lista, pregúntese si están de acuerdo o en contra de su meta de incidencia, y cuánto poder o influencia tienen al respecto. **Debe centrar sus esfuerzos en alcanzar a la audiencia de influenciadores y decisores más poderosos y que apoyen firmemente su meta**. Los grupos a favor de sus actividades, pero con menor poder de influencia también pueden ser importantes para su trabajo de incidencia; en especial si no es capaz de involucrar a actores más influyentes. Deberá actualizar su Mapa de Poder con frecuencia, ya que algunos grupos pueden cambiar de opinión y nivel de influencia.

Utilice la plantilla de la página 21 para su Mapa de Poder.

Defina sus objetivos

El siguiente paso en su labor de incidencia para el Proyecto KiDS será **definir sus objetivos de incidencia: las acciones intermedias que le ayudarán a conseguir su meta final.**

Tener demasiados objetivos o que estos sean poco claros dificulta mucho controlar sus actividades de incidencia. ¡Asegúrese de concentrarse en solo tres o cuatro objetivos claros!

Con el fin de planificar eficazmente sus actividades de incidencia, **debe de establecer objetivos SMART** (por las siglas en inglés de las siguientes características):

S **Específicos** (Specific): los objetivos deben ser concretos y bien definidos. Objetivos imprecisos pueden dificultar el determinar qué actividades se deben llevar a cabo.

M **Medibles** (Measurable): si sus objetivos no se pueden medir, no podrá evaluar si se han logrado y en qué medida.

A **Alcanzables** (Attainable): debe ser ambicioso, pero también necesita ser realistas. Sus objetivos deben ser alcanzables con los recursos disponibles.

R **Relevantes**: los objetivos deben apoyar la consecución de su meta final.

T **Limitados en el tiempo** (Time-bound): establecer plazos para el logro de sus objetivos le permitirá a usted y a su equipo planificar cuándo deben realizarse las actividades de incidencia.

Utilice la plantilla de la página 22 para trabajar en sus objetivos. Si no está seguro de si son SMART, háblelo con otros colaboradores. No planifique ninguna actividad hasta que esté 100% seguro de que sus objetivos son SMART

Conseguir el cambio que desea puede llevar años, así que **le recomendamos estructurar su estrategia de incidencia en fases**. Cuando planifique una fase, deberá establecer objetivos realistas basados en los recursos y capacidades que tenga en ese momento. Una vez haya alcanzado los objetivos de una fase, puede planificar la siguiente fase con una serie de objetivos más ambiciosos..

Dé forma a sus mensajes de incidencia

Un buen mensaje es la clave del éxito de su labor de incidencia, ya que ayuda a comunicar sus demandas y puede reforzar la participación de su audiencia objetiva. Los mensajes deben apelar a la cabeza (¿cuál es el problema?), el corazón (¿por qué las partes interesadas deben preocuparse?) y las manos (¿qué pueden hacer las partes interesadas?).[11]

Un gran mensaje es simple, directo, impactante y fácil de recordar. Comparta su mensaje de incidencia con un niño; si puede entender el problema, ¡será comprensible para todo el mundo!

El mensaje debe incorporar:

- El problema.
- La evidencia (datos, hechos).
- Un ejemplo del problema (un testimonio).
- Las razones por las que es necesario un cambio.
- Las acciones que deseamos del público objetivo.
- La fecha límite en la que se debe lograr el cambio.

Si piensa utilizar una historia personal como parte de su mensaje de incidencia, asegúrese de tener un consentimiento firmado primero. Si el testimonio es de un menor, el consentimiento deberá ser firmado por sus padres o tutores

Los mensajes de incidencia no son universales: deben adaptarse a su audiencia y al canal en el que los vaya a utilizar. Cada audiencia objetiva tiene valores, intereses y motivaciones diferentes. Un mensaje dirigido a padres de una escuela no puede ser igual que otro para responsables políticos. Mientras que los padres prefieren mensajes que se centren en la promoción de la salud y el bienestar de los niños, los responsables políticos prestan más atención a mensajes que se centran en el impacto económico de la diabetes.

Utilice la plantilla de la página 23 para crear y adaptar sus mensajes de incidencia. Evalúe cuidadosamente la evidencia a su disposición, y elija qué hechos son más atractivos para su audiencia y relevantes para su canal.

Cada canal de comunicación requiere un mensaje adaptado de forma diferente. Si su canal es un podcast, el lenguaje y el tipo de evidencia que utilice no puede ser el mismo que si el canal es un artículo de prensa. En incidencia política, las redes sociales son un canal poderoso, ya que le permiten llegar a una gran audiencia y movilizar apoyo adicional para su causa. Para maximizar su éxito, considere integrar sus esfuerzos en línea y fuera de línea.

En el marco de KiDS, le recomendamos utilizar las redes sociales para promocionar los materiales del programa, compartir testimonios de estudiantes que vivan con diabetes y cuidadores/padres, y compartir consejos para promocionar hábitos saludables. Para más consejos sobre incidencia digital, consulte la página 20.

Las cartas son una gran manera de transmitir mensajes a los responsables políticos. Puede encontrar un ejemplo de una carta de KiDS en la página 24.

- Introducción
- Un desafío mundial
- El proyecto KiDS de la FID
- El potencial de KiDS
- Pasos para promover KiDS
- Recursos de incidencia política

Seleccione a los mensajeros

Los mensajeros son tan importantes como los mensajes. **Deben ser creíbles y tener la capacidad de influenciar a su audiencia**. Su mensajero puede ser alguien de su equipo, pero también podría ser un colaborador externo que transmita un mensaje determinado.

Los mensajeros deben tener un buen conocimiento sobre el tema del que van a hablar. Preferiblemente, debería haber diferentes mensajeros para dirigirse a audiencias diferentes. **Los mensajes funcionarán mejor si son transmitidos por mensajeros con los que su público se identifica**. Por ejemplo, puede recurrir a un padre o madre para comunicar un mensaje a otros padres, y a un político que viva con diabetes para presentar los mensajes a otros políticos.

Planifique sus actividades

Una vez haya establecido sus objetivos SMART, dado forma a sus mensajes y seleccionado a sus mensajeros, es hora definir las actividades de incidencia política que le ayudarán a conseguir su meta. Comience realizando una lista de días nacionales e internacionales relevantes (como el Día Mundial de la Diabetes, el Día Mundial de la Salud, el Día Internacional de la Juventud, el Día Mundial de los Docentes, o el Día del Niño) que le proporcionarán una oportunidad para promover el programa KiDS. A continuación, piense en actividades en torno a estos días que pudieran ayudarle a influenciar un cambio..

Consulte los días internacionales de Naciones Unidas en https://www.un.org/es/observances/international-days-and-weeks

Recuerde que el nivel de ambición de sus objetivos debe depender de en qué fase de su estrategia de incidencia se encuentre. En la tabla siguiente puede ver algunos ejemplos de objetivos y actividades relevantes para KiDS..

El programa KiDS es estupendo. Es algo que se necesita urgentemente para los padres de niños con diabetes como yo misma, para poder compartir nuestras experiencias. Los gobiernos deberían implementar KiDS en todos los colegios públicos y privados.

Roxana Vizcaíno Saltos,
madre de un niño con diabetes tipo 1 y
miembro del programa Blue Circle Voices de la FID (Ecuador)

- Introducción
- Un desafío mundial
- El proyecto KiDS de la FID
- El potencial de KiDS
- Pasos para promover KiDS
- Recursos de incidencia política

Objetivo	Actividades posibles
Enviar los materiales de KiDS a al menos 20 responsables políticos/redes escolares en el Día Internacional de la Educación	• Envío de emails a responsables políticos/redes escolares adjuntando los materiales de KiDS. • Distribución de los materiales de KiDS en el parlamento/escuelas durante el Día Internacional de la Educación. • Organización de una reunión para presentar los materiales de KiDS.
Conectar con al menos cinco medios de comunicación nacionales/locales para animarlos a hablar sobre KiDS en el Día Mundial de la Diabetes	• Envío de los materiales de KiDS a medios de comunicación antes del Día Mundial de la Diabetes. • Organización de eventos de sensibilización por el Día Mundial de la Diabetes. Invitación a representantes de los medios. • Organización de una reunión con periodistas de medios de comunicación relevantes.
Movilizar a contactos para que al menos 1.000 personas firmen una petición antes de fin de año para incluir la educación en diabetes y la promoción de hábitos saludables en los planes de estudio escolares	• Lanzamiento de una petición y movilización de contactos para que la firmen y compartan. • Mención a medios relevantes y políticos en los mensajes de redes sociales sobre la petición.
Lograr el compromiso de al menos una asociación/red de escuelas en el Día Mundial de la Obesidad para promover hábitos saludables a través del programa KiDS	• Envío de emails a escuelas/asociaciones con los materiales de KiDS, mencionando los beneficios de la promoción de hábitos saludables desde una edad temprana. • Organización de una reunión con directores y miembros de asociaciones y redes de escuelas para presentar el programa KiDS. • Organización de una sesión piloto de KiDS en un colegio, con la presencia de miembros de asociaciones y redes de escuelas.
Colaborar con funcionarios de gobiernos locales para lograr el compromiso del alcalde antes del Día Internacional de los Derechos del Niño para ofrecer formación a los profesores para apoyar a los alumnos con diabetes	• Envío de emails al alcalde con testimonios de niños con diabetes tipo 1, padres y profesores. • Organización de una reunión con el alcalde y su equipo para presentar el programa KiDS y hablar sobre el apoyo que requieren los alumnos con diabetes. • Organización una manifestación para pedir al alcalde que se forme en diabetes a los profesores a través de la implementación de KiDS en las escuelas locales.
Colaborar con funcionarios del gobierno regional/nacional para lograr el compromiso de prohibir las máquinas expendedoras en las escuelas y evaluar el valor nutricional de los menús escolares antes el final de su mandato	• Enviar emails a los Ministerios de Salud y Educación con testimonios de nutricionistas que proporcionen evidencia sobre los beneficios de la promoción de dietas saludables desde una edad temprana. • Organización de una reunión con los Ministros relevantes y sus equipos para presentar el programa KiDS y proponer su implementación. • Movilizar a padres, estudiantes y empleados de escuelas a través de redes sociales solicitando apoyo para su propuesta.

Introducción
Un desafío mundial
El proyecto KiDS de la FID
El potencial de KiDS
Pasos para promover KiDS
Recursos de incidencia política

Una vez que usted y sus colaboradores hayan acordado sus actividades de incidencia política, necesitarán:

- **Establecer un plazo de tiempo:** tenga en consideración las fechas límites establecidas en sus objetivos SMART.
- **Asignar responsabilidades:** establezca qué miembro(s) del equipo será responsable de cada actividad concreta.
- **Analizar los recursos requeridos:** tenga en cuenta los recursos humanos y económicos.
- **Evaluar los riesgos:** considere los desafíos a los que se puede enfrentar durante la implementación (falta de fondos, insuficiente apoyo institucional o recursos humanos limitados). Le ayudará a ajustar su plan si fuera necesario.

Utilice la plantilla de trabajo de la página 25 para planificar sus actividades de incidencia política para el programa KiDS. A continuación le mostramos cómo completarlo para uno de los ejemplos de actividades mencionados en la página 16.

Objetivo SMART: *Conectar con al menos cinco medios de comunicación nacionales/locales para animarlos a hablar sobre KiDS en el Día Mundial de la Diabetes*	
Actividad número	*1*
Nombre de la actividad	*Contactar a medios de comunicación*
Descripción	*Enviar los materiales de KiDS por email a más de cinco medios antes del Día Mundial de la Diabetes*
Fecha(s)	*agosto-septiembre*
Persona responsable	*(preferiblemente alguien con experiencia con medios)*
Recursos necesarios	*tiempo del voluntario*
Desafíos posibles	*dificultad para contactar a la persona adecuada*
Resultados esperados	*que al menos dos medios de comunicación muestren interés en el proyecto KiDS, y uno de ellos se comprometa a hablar sobre él en el Día Mundial de la Diabetes*
Estado actual	*(por comenzar/en curso/completada)*

Mida e informe sobre sus resultados

El último paso de su trabajo es evaluar el impacto de sus actividades de incidencia política, para entender si han tenido éxito en el logro de sus objetivos SMART.

Le recomendamos que, junto a su equipo, controle de cerca el progreso de cada actividad. Ello le permitirá reaccionar si se encuentra con desafíos importantes para implementar sus planes. Las reuniones de equipo o llamadas son muy importantes para compartir novedades y adaptar sus actividades al plazo de tiempo estipulado. Los informes de progreso también son de ayuda para que el equipo entienda el progreso de cada actividad y qué queda por hacer.

La flexibilidad es clave para el éxito de su proyecto. Nunca piense que cambiar sus planes es una derrota. ¡Aprenda de las dificultades a las que se enfrenta, y asegúrese de utilizar ese conocimiento para mejorar sus planes!

Seguir el progreso de alguno de sus objetivos SMART puede requerir realizar una encuesta a su audiencia. Si su objetivo es que un cierto número de políticos confirmen que su conocimiento sobre la educación en diabetes en las escuelas ha mejorado tras hablar con usted, no solo necesitará encuestarlos tras la implementación de la actividad de sensibilización, sino también antes para poder establecer cuál era su conocimiento previo.

Una vez haya alcanzado sus objetivos SMART, necesitará preparar un informe final. Este documento será de mucha ayuda para planificar una segunda fase de su trabajo de incidencia y establecer futuros objetivos SMART que ayuden a conseguir la meta final. Si tiene patrocinadores que le apoyan económicamente en sus actividades de incidencia, recuerde compartir el informe de progreso y final con ellos. Los informes también podrían animar a sus patrocinadores a continuar apoyándole.

Mantenga a la FID informada sobre sus actividades de incidencia de KiDS a través de kids@idf.org. ¡Nos encantará conocer su experiencia y promover su trabajo de incidencia!advocacy work!

¡Mucha suerte en su labor promoviendo KiDS y gracias por todos sus esfuerzos!

Recursos de incidencia: Lista de verificación

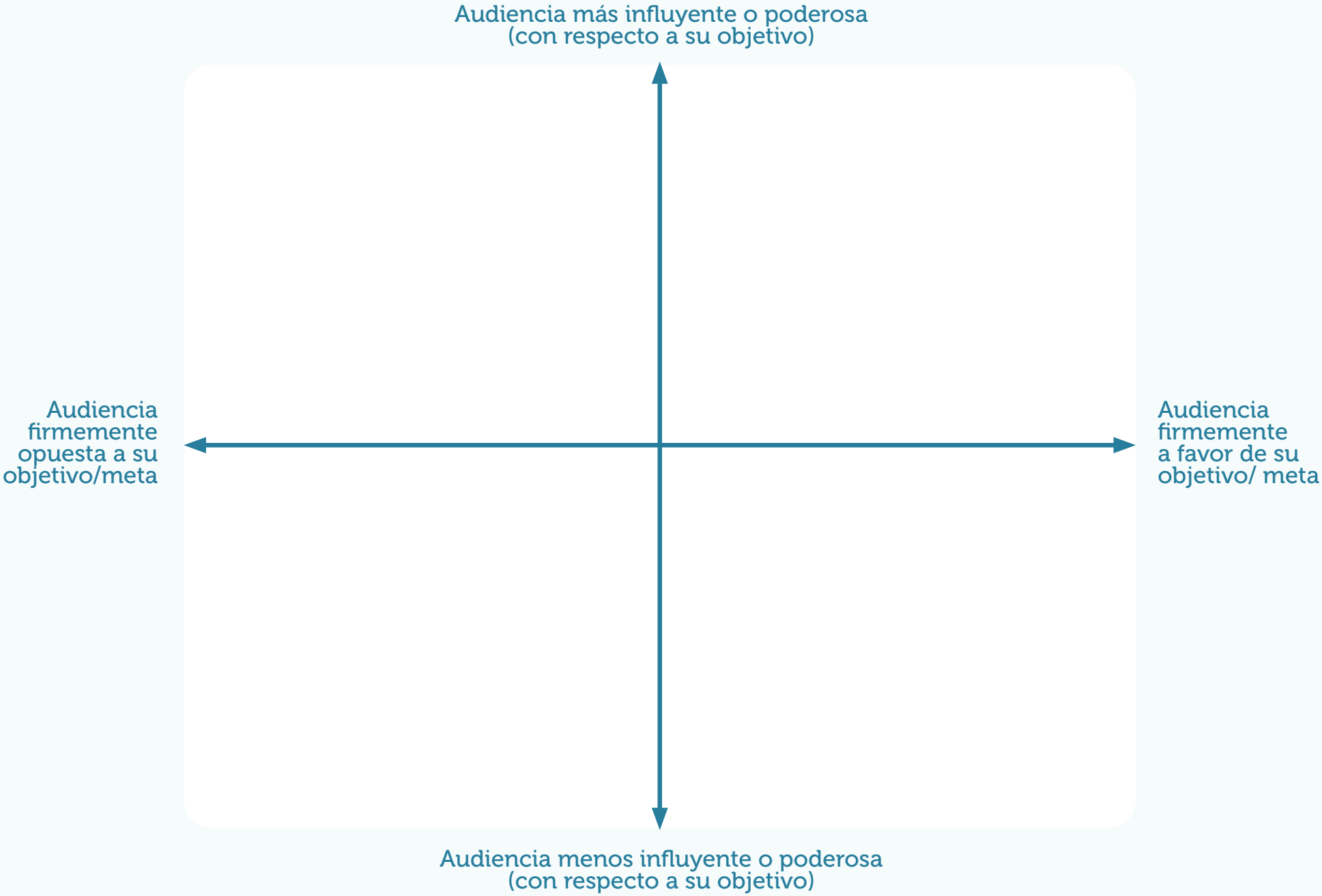
1: Identificar carencias nacionales	En curso	Completado	N/A
Producir ficha técnica de la diabetes del Atlas de la FID			
Comprobar el avance nacional en relación con las medidas para las ENT			
Investigar la acción gubernamental nacional/local sobre educación en diabetes y la promoción de hábitos saludables en las escuelas. Identificar áreas de mejora			
2: Establecer meta de incidencia política	**En curso**	**Completado**	**N/A**
Establecer meta general de incidencia política			
Establecer meta secundaria de incidencia política			
3: Construir alianzas	**En curso**	**Completado**	**N/A**
Identificar asociaciones de diabetes nacionales/locales			
Enumerar todos los posibles colaboradores			
Contactar a todos los posibles colaboradores			
4: Identificar a la audiencia objetiva	**En curso**	**Completado**	**N/A**
Identificar a los decisores y su posición con respecto a su meta			
Identificar a los influenciadores y su posición con respecto a su meta			
Mapa de Poder de la audiencia objetiva (plantilla 1)			
Contactar a la audiencia objetiva			
5: Definir objetivos	**En curso**	**Completado**	**N/A**
Desarrollar 3-4 objetivos SMART (plantilla 2)			
Si necesario, desarrollar distintas fases de la estrategia de incidencia			

6: Dar forma a los mensajes de incidencia	En curso	Completado	N/A
Desarrollar mensajes de incidencia y adaptarlos a distintas audiencias (plantilla 3)			
Preparar plan para redes sociales (revise los "10 pasos para sus campañas de incidencia digital" de la página 20)			
Preparar cartas de incidencia (plantilla 4)			
7: Seleccionar a los mensajeros	**En curso**	**Completado**	**N/A**
Enumerar posibles mensajeros			
Identificar a los mejores mensajeros para distintas audiencias (plantilla 3)			
Preparar a los mensajeros para compartir el mensaje			
8: Planificar actividades	**En curso**	**Completado**	**N/A**
Enumerar los días internacionales relevantes			
Establecer fechas límites			
Asignar responsabilidades en el equipo			
Analizar los recursos necesarios			
Evaluar riesgos			
Rellenar su plan de trabajo de incidencia (plantilla 5)			
9: Medir e informar sobre resultados	**En curso**	**Completado**	**N/A**
Controlar el progreso de cada actividad			
Adaptar el plan si es necesario			
Realizar encuesta con la audiencia para establecer conocimiento previo sobre educación en diabetes			
Realizar encuesta con la audiencia para controlar progreso después de la actividad			
Preparar informe final una vez haya alcanzados los objetivos SMART			
Compartir informe final con patrocinadores/donantes			
Mantener al equipo de KiDS informado sobre la estrategia de incidencia			

Recursos de incidencia: 10 pasos para campañas de incidencia digital

1 Cree un calendario de mensajes	Le ayudará a saber qué tiene que publicar y cuándo
2 Elija el tema correcto	El tema general para sus mensajes en redes sociales debe ser la educación en diabetes y la promoción de hábitos saludables en entornos escolares
3 Comparta cifras y datos	Ayudará a su audiencia a comprender la dimensión del problema. Puede compartir contenido relevante de las redes sociales de la FID y materiales de KiDS
4 Consiga el tono adecuado para su audiencia	El público general necesita datos básicos, mientras que las personas que ya conocen el tema necesitan información específica
5 Comparta una llamada a la acción clara	Asegúrese de que su audiencia sabe dónde ir y qué hacer después de leer su mensaje. Por ejemplo, dirija a su audiencia hacia una página de Facebook o página web donde exponga su meta de incidencia y lo que quiere de ellos
6 Haga sus mensajes visuales	Comparta una imagen o un video, y anime a su audiencia a hacer lo mismo
7 Use etiquetas relevantes	Esto es clave para generar impulso. La etiqueta del proyecto KiDS es #diabeteskids
8 Entable conversaciones	Las redes sociales deber tener como fin establecer conversaciones. Pregunte a sus seguidores y comience un debate
9 Interactúe con su público objetivo	Busque a los usuarios de su audiencia que pueden ayudarle a generar cambio e involúcrelos en la conversación etiquetándolos (utilice la función '.@usuario')
10 Etiquete a la FID	No dude en etiquetar a la FID en sus publicaciones para que sus mensajes en redes sociales sean más visibles (facebook.com/intdiabetesfed, @IntDiabetesFed (Twitter e Instagram), International Diabetes Federation (LinkedIn)

Recursos de incidencia: Plantilla 1 – Mapa de Poder



Recursos de incidencia: Plantilla 2 – Objetivos SMART

	Preguntas SMART	Respuestas SMART
Específicos	¿Qué quiere lograr? Sea lo más específico posible	
Medibles	¿Cómo podrá medir el éxito?	
Alcanzables	¿Es su objetivo realista? ¿Tiene o podrá obtener los recursos que necesitará?	
Relevantes	¿Es este objetivo relevante para su objetivo final de promoción?	
Limitados en el tiempo	¿Cuándo debería alcanzarse este objetivo? Tenga en cuenta su cronograma general de incidencia política	

Recursos de incidencia: Plantilla 3 – Mensajes de incidencia política

MENSAJE GENERAL DE INCIDENCIA POLÍTICA	
Problema	
Evidencia (datos, hechos)	
Ejemplo (testimonio)	
Razones para el cambio	
Fecha límite para el cambio	

MENSAJE PERSONALIZADO SEGÚN AUDIENCIA				
Audiencia	Interés principal	Qué queremos de ellos	Posible mensajero	Mensaje personalizado

Recursos de incidencia: Plantilla 3 – Mensajes de incidencia política

[Título y nombre del destinatario]
[Dirección del destinatario]

Asunto: [línea en la que expresa que quiere conseguir con esta carta]

Estimado/a [Título y nombre del destinatario],

En nombre de los alumnos que viven con diabetes, los padres de los niños que viven con diabetes y los empleados escolares, [nombre de su organización]/yo le solicito/solicitamos que lleve la educación en diabetes y la promoción de hábitos saludables a las escuelas de [ciudad, estado o país].

La Federación Internacional de Diabetes (FID) estima que 1.1 millones de niños, adolescentes y jóvenes menores de 20 años viven con diabetes tipo 1 - incluidos [dato del Altas de la FID] en nuestro país. Las personas con diabetes tipo 1 necesitan inyecciones de insulina para sobrevivir. Esto puede ser una causa de estigma, especialmente en el entorno escolar. La falta general de sensibilización y comprensión sobre la diabetes con frecuencia conduce a la discriminación, que puede ser particularmente difícil para los niños y adolescentes con diabetes tipo 1.

Además de los desafíos que plantea la diabetes tipo 1, la diabetes tipo 2 (una condición altamente prevenible que hasta hace poco solo se diagnosticaba a adultos) está creciendo entre los niños y adolescentes debido a los hábitos sedentarios. La FID estima que el número de casos de diabetes en nuestro país aumentará de [dato del Altas de la FID] en 2019 a [dato del Altas de la FID] en 2045 – la mayor parte de este incremento corresponderá a la diabetes tipo 2.

[Párrafo sobre las carencias locales/nacionales en educación en diabetes y promoción de hábitos saludables en el entorno escolar. No dude en incluir una cita/testimonio de un alumno con diabetes o un padre o personal escolar.]

La inclusión de la educación en diabetes y la promoción de hábitos saludables en los planes de estudios escolares es fundamental pata proteger a los alumnos que viven con diabetes tipo 1 de la discriminación y prevenir el incremento de casos de diabetes tipo 2 en las próximas décadas. Por ello, le pedimos/pido:

- [Lista de acciones que desea que se implementen]

Una forma de mejorar la educación en diabetes y la promoción de hábitos saludables en las escuelas es mediante la implementación del programa de la FID Los niños y la diabetes en las escuelas (KiDS). Desde 2013, más de 1.790 escuelas han implementado el Proyecto KiDS, con la participación de 248.000 niños y 18.700 profesores. Su implementación ha mejorado el conocimiento sobre el manejo de la diabetes entre profesores y alumnos, ha conducido a la elección de alimentos más saludables y a un aumento de la actividad física en el entorno escolar[1,2].

[Nombre de su organización] está/Estoy listo/a para trabajar con usted y su equipo para abordar este problema urgente y presentarle el proyecto KiDS. Contamos/Cuento con su liderazgo para apoyar a los alumnos que viven con diabetes tipo 1 y hacer frente al cada vez mayor número de casos de diabetes tipo 2.

Atentamente,

[Nombre y datos de contacto]

[1] Improving the school experience of children with diabetes: Evaluation of the KiDS project. Chinnici et al., Journal of Clinical & Translational Endocrinology 15 (2019) 70–75.

[2] «KiDS and Diabetes in Schools» project: Experience with an international educational intervention among parents and school professionals. Bechara GM, et al. Pediatr Diabetes. 2018 Jun;19(4):756-760.

Recursos de incidencia: Plantilla 5 – Plan de trabajo de incidencia política

Nombre de su objetivo SMART:	
Actividad número	
Nombre de la actividad	
Descripción	
Fecha(s)	
Persona responsable	
Recursos requeridos	
Posibles desafíos	
Resultados previstos	
Estado (por comenzar/en curso/completada)	

Referencias

1. UNICEF. Education and COVID-19. Available at: https://data.unicef.org/topic/education/covid-19/
2. World Bank. Urgent, Effective Action Required to Quell the Impact of COVID-19 on Education Worldwide. Available at: https://www.worldbank.org/en/news/immersive-story/2021/01/22/urgent-effective-action-required-to-quell-the-impact-of-covid-19-on-education-worldwide
3. Xiang, M., Zhang, Z. & Kuwahara, K. Impact of COVID-19 pandemic on children and adolescents' lifestyle behavior larger than expected. Prog. Cardiovasc. Dis.DOI: 10.1016/j.pcad.2020.04.013
4. Pietrobelli, A. et al. Effects of COVID-19 lockdown on lifestyle behaviors in children with obesity living in Verona, Italy: a longitudinal study. DOI: 10.1002/oby.22861
5. Dunton, G.F., Do, B. & Wang, S.D. Early effects of the COVID-19 pandemic on physical activity and sedentary behavior in children living in the U.S.. BMC Public Health 20, 1351 (2020). DOI: 0.1186/s12889-020-09429-3
6. Bates, L.C.; Zieff, G.; Stanford, K.; Moore, J.B.; Kerr, Z.Y.; Hanson, E.D.; Barone Gibbs, B.; Kline, C.E.; Stoner, L. COVID-19 Impact on Behaviors across the 24-Hour Day in Children and Adolescents: Physical Activity, Sedentary Behavior, and Sleep. Children 2020, 7, 138. DOI: 10.3390/children7090138
7. Rundle AG, Park Y, Herbstman JB, Kinsey EW, Wang YC COVID-19-related school closings and risk of weight gain among children. DOI: 10.1002/oby.22825
8. Bechara, GM, Castelo Branco, F, Rodrigues, AL, et al. "KiDS and Diabetes in Schools" project: Experience with an international educational intervention among parents and school professionals. Pediatr Diabetes. 2018; 19:756–760
9. Ghosh R, Dubey MJ, Chatterjee S, Dubey S. Impact of COVID-19 on children: special focus on the psychosocial aspect. Minerva Pediatr 2020; 72:226-35. DOI: 10.23736/S0026-4946.20.05887-9
10. International Diabetes Federation. IDF Diabetes Atlas, 9th edn. Available at: https://www.diabetesatlas.org/en/
11. Plan International. The Education We Want – Advocacy Toolkit. Available at: https://www.gcedclearinghouse.org/sites/default/files/resources/180124eng.pdf

Kids and Diabetes in Schools

kids@idf.org | kids.idf.org