

Fatima Bouchtaoui Ramchi

Mariem Riyani El Kaidi

¿Cómo viven los niños la experiencia de la espera?

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Área temática: Marketing

Grado de Administración y Dirección de Empresas



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
Facultat d'Economia i Empresa

Reus

Curso 2024-25

AGRADECIMIENTOS

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido al desarrollo de este trabajo:

En primer lugar, agradecemos a nuestro tutor, el profesor Gerard Ryan, por su constante apoyo y orientación. Sus recomendaciones metodológicas fueron fundamentales para estructurar el estudio y llevar a cabo las actividades con los niños, desde el diseño de las entrevistas hasta el análisis de los resultados.

Agradecemos también a los niños y sus familias, por su tiempo, su participación y por compartir con nosotros sus opiniones sobre la espera. Sin su colaboración, este trabajo no habría sido posible. Queremos agradecer a nuestros amigos y familiares, por su paciencia y apoyo incondicional durante todo el proceso. Gracias por estar siempre a nuestro lado, escuchándonos y dándonos ánimos. A los centros educativos y los espacios donde realizamos las actividades, les agradecemos por su disposición y por facilitarnos el acceso a los participantes. Su colaboración fue esencial para el desarrollo del trabajo. Finalmente, agradecemos a la Universitat Rovira i Virgili, por ofrecernos las herramientas y el conocimiento necesarios para llevar a cabo esta investigación.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	1
0. RESUMEN.....	3
1. Presentación.....	4
2. Introducción.....	5
2.1. Puntos de partida y objetivos de la investigación.....	6
2.2. Metodología.....	7
2.3. Estructura.....	8
I. MARCO TEÓRICO.....	9
3. La espera en el marketing de servicios.....	9
3.1. Comportamiento del consumidor.....	9
3.2. Concepto y relevancia de la espera en los servicios.....	11
3.3. Tipos de espera y su impacto en la experiencia del consumidor.....	12
3.3.1. Clasificación de las esperas.....	12
3.3.2. ¿Cómo afecta el tiempo de espera a la satisfacción y la fidelización del consumidor?.....	14
3.4. Estrategias para la gestión de la espera en entornos comerciales.....	15
4. Percepción del tiempo y la espera en los niños.....	17
4.1 Desarrollo cognitivo y percepción del tiempo en la infancia.....	17
4.1.1 Etapas clave en la comprensión del tiempo.....	18
4.2. Los padres y las instituciones educativas.....	20
4.3. Factores que influyen en la percepción del tiempo y la espera en los niños.....	21
4.4. Estrategias empresariales para manejar la espera en los niños.....	23
II. MARCO PRÁCTICO.....	25
5. Metodología.....	25
5.1. Contexto y técnica utilizada.....	25
5.2. Objetivos de la investigación.....	26
5.3. Muestra y selección de participantes.....	26
5.4. Procedimiento.....	27
5.5. Estructura de análisis de los datos.....	28
6. Análisis de datos y resultados.....	32
7. Conclusiones.....	62
8. Bibliografía.....	64
9. Anexos.....	71
Entrevista grupo 1.....	71
Entrevista grupo 2.....	79
Entrevista grupo 3.....	87

0. RESUMEN

Este estudio explora cómo los niños perciben y gestionan la espera en entornos de prestación de servicios, una perspectiva poco abordada en comparación con la de los adultos. Utiliza un enfoque cualitativo basado en las artes, especialmente el dibujo, como herramienta para acceder a las experiencias, emociones y percepciones infantiles. A través de dibujos y entrevistas, los niños expresan sus vivencias durante momentos de espera en lugares como consultorios médicos o supermercados, lo que permite obtener información más auténtica y adaptada a su forma de comunicación. El estudio propone estrategias para mejorar estas experiencias, destacando la importancia de adaptar los espacios a las necesidades infantiles.

PALABRAS CLAVE: Espera, tiempo de espera, percepción del tiempo, niños, comportamiento del consumidor, desarrollo cognitivo.

RESUM

Aquest estudi explora com els infants perceben i gestionen l'espera en entorns de prestació de serveis, una perspectiva poc abordada en comparació de la dels adults. Utilitza un enfocament qualitatiu basat en les arts, especialment el dibuix, com a eina per accedir a les experiències, emocions i percepcions infantils. A través de dibuixos i entrevistes, els nens expressen les seves vivències durant moments d'espera en llocs com ara consultoris mèdics o supermercats, cosa que permet obtenir informació més autèntica i adaptada a la seva forma de comunicació. L'estudi proposa estratègies per millorar aquestes experiències, destacant la importància d'adaptar els espais a les necessitats infantils.

PARAULES CLAU: Espera, temps d'espera, percepció del temps, nens, comportament del consumidor, desenvolupament cognitiu.

ABSTRACT

This study explores how children perceive and manage waiting in service settings, a perspective that has received little attention compared to that of adults. It uses a qualitative approach based on the arts, especially drawing, as a tool to access children's experiences, emotions, and perceptions. Through drawings and interviews, children express their experiences during waiting times in places such as doctors' offices or supermarkets, which allows for more authentic information tailored to their communication style. The study proposes strategies to improve these experiences, highlighting the importance of adapting spaces to children's needs.

KEYWORDS: Waiting, waiting time, time perception, child, consumer behavior, cognitive development.

1. Presentación

En una sociedad cada vez más acelerada, donde la inmediatez domina muchos aspectos de la vida cotidiana, la capacidad de esperar se ha convertido en un reto, especialmente para los niños. La forma en que viven y entienden el tiempo es diferente a la de los adultos, y esto influye directamente en cómo experimentan las situaciones de espera. Este trabajo se centra en comprender estas experiencias desde el punto de vista de los niños, con el objetivo de mejorar su bienestar y su vivencia del tiempo en diferentes contextos. Con este enfoque, se pretende identificar formas de acompañar mejor a los niños en las situaciones de espera, teniendo en cuenta su desarrollo evolutivo y promoviendo experiencias más positivas y adaptadas a su forma de percibir el tiempo.

Cabe destacar que desde el principio, teníamos claro que queríamos centrar nuestro estudio en el concepto de la espera. Consideramos diversas ideas y enfoques, pero no terminamos de encontrar la perspectiva adecuada, y gracias a la orientación del tutor pudimos finalmente enfocarlo desde la visión de los niños.

En el transcurso de nuestra carrera de ADE hemos visto cómo el marketing es una fuerte herramienta que influye en la actitud del consumidor. A lo largo de este proceso, comprendimos la relevancia del comportamiento del consumidor, el cual constituye el pilar fundamental en el desarrollo de las actividades económicas. Todo gira en torno a él: su satisfacción, la calidad del servicio ofrecido y la experiencia vivida. Por ello, resulta clave optimizar el tiempo de espera y diseñar estrategias orientadas a mejorar estos aspectos. De aquí parte la elección e idea de este tema.

Durante el desarrollo de este trabajo nos serán de gran ayuda los conocimientos adquiridos en materias como *Comportamiento del consumidor* que nos permitirá entender cómo se forma la actitud del consumidor y en base a qué se debe, y qué factores influyen en ello. En este caso analizando a los niños como consumidores, un grupo que requiere de especial atención y dedicación excepcional ya que su desarrollo cognitivo, emocional y social es distinto al resto de segmentos. Y por otra parte la asignatura de *Dirección Estratégica* donde hemos visto distintas herramientas que utilizan las empresas para diseñar estrategias que ayudan a mejorar la experiencia del consumidor. Esto es clave en la gestión del tiempo de espera, ya que permite a las empresas aplicar soluciones innovadoras para hacer la espera más llevadera y mejorar la satisfacción del cliente. Además de los artículos científicos que utilizaremos que harán que nuestra investigación tenga respaldo teórico, credibilidad y rigurosidad.

2. Introducción

Con la realización de esta investigación lo que se pretende es conocer cómo los niños reaccionan frente al tiempo de espera y cómo lo gestionan, y ver cómo se diferencia este grupo del resto, que lo hace ser un segmento especial. Y por otro lado ver si las empresas tienen en cuenta la sensibilidad que presenta este grupo y si los espacios de prestación de servicio están diseñados y pensados para ellos y ver cómo las empresas hacen frente a este desafío en diseñar estrategias para ofrecer una mejor experiencia del servicio analizando diversos ámbitos en los que es común la presencia de los niños. Por otro lado también ver si realmente a este grupo se le presta la atención debida.

El trabajo consta de dos partes; la parte teórica en la que se desarrolla el concepto de la espera en el ámbito de marketing de servicios, los diferentes tipos de espera, el impacto que supone en el consumidor y su relevancia para determinar la experiencia. Primero hablamos de la espera como concepto general pero profundizaremos en la espera de los niños, considerando aspectos del desarrollo cognitivo que influyen en su forma de experimentar el tiempo y los factores que afectan su percepción de la espera y las diferencias clave entre la percepción de los niños y los adultos. Además, se explorarán estrategias utilizadas por las empresas para gestionar la espera en entornos comerciales, con el fin de mejorar la experiencia del usuario. Esto nos servirá para entender el fenómeno de la espera desde una doble perspectiva: la del consumidor en general y la específica de los niños, lo que permitirá contextualizar el estudio y fundamentar las estrategias empresariales dirigidas a este segmento.

En cuanto a la parte práctica, hemos pensado en dividirlo en partes, ya que los niños no toman el control y dependen de un adulto, hacer entrevistas para conocer cómo lo llevan sus hijos y como lo intentan gestionar y ayudarlos a llevarlo mejor, por otra parte reunir a un grupo de niños con el que podemos hablar, plantearles situaciones y actividades que nos permitan llegar a conocer su visión y cómo manejan la espera. Obtener información tanto de los familiares como de los niños nos permitirá analizar mejor y obtener conclusiones más sólidas. Finalmente a partir de toda la información recopilada, el análisis y las conclusiones proponer aspectos de mejora o ideas innovadoras que puedan implantar las empresas para sobrellevar mejor y ofrecer una mejor experiencia a sus consumidores.

2.1. Puntos de partida y objetivos de la investigación

Los niños se enfrentan a situaciones de espera con frecuencia, como en visitas al médico, actividades escolares, desplazamientos o momentos en casa. Sin embargo, se sabe poco sobre cómo perciben y sienten estos momentos de pausa.

Este trabajo tiene como objetivo comprender cómo los niños viven estos tiempos de espera. La experiencia varía dependiendo de factores como la edad, el lugar, las personas con las que están y las actividades disponibles. Para algunos, puede ser aburrido o incómodo, mientras que otros pueden aprovechar ese tiempo para jugar o relajarse, dependiendo de cómo se maneje la situación.

El objetivo principal es investigar cómo experimentan los niños estos momentos, qué sienten, qué hacen para distraerse y cómo interactúan con su entorno. Con esta información, se busca ofrecer recomendaciones que puedan mejorar la vivencia de los niños en diversos servicios (como escuelas, hospitales o espacios públicos), haciendo que estos momentos sean más agradables y adecuados a sus necesidades.

OBJETIVOS

Con la realización de este trabajo lo que se pretende es conocer cómo los niños reaccionan frente al tiempo de espera y cómo lo gestionan, y ver cómo se diferencia este grupo del resto, que lo hace ser un segmento especial. Y por otro lado ver si las empresas tienen en cuenta la sensibilidad que presenta este grupo y si los espacios de prestación de servicio están diseñados y pensados para ellos y ver cómo las empresas hacen frente a este desafío en diseñar estrategias para ofrecer una mejor experiencia del servicio analizando diversos ámbitos en los que es común la presencia de los niños. Por otro lado también ver si realmente a este grupo se le presta la atención debida.

A partir de estos planteamientos, los objetivos específicos de la investigación son los siguientes:

1 - Explorar la experiencia de la espera de los niños en diferentes contextos de servicio, como supermercados, consultas médicas, parques temáticos, restaurantes, entre otros, analizando sus emociones, comportamientos y percepciones asociadas a la espera.

2 - Identificar los factores clave que influyen en la percepción infantil del tiempo de espera, incluyendo aspectos relacionados con el entorno, las actividades disponibles durante la espera, las interacciones con los adultos, y las características del servicio.

3 - Examinar el desarrollo cognitivo y las etapas clave en la comprensión del tiempo de los niños, y cómo estos aspectos inciden en la forma en que los niños perciben y viven el tiempo de espera en diferentes contextos de servicios.

4 - Comparar las percepciones infantiles sobre la espera con las teorías existentes sobre el comportamiento del consumidor y el marketing de servicios, con el objetivo de evaluar si las experiencias de los niños se alinean con las perspectivas adultas y las investigaciones previas sobre la espera.

5 - Comparar la experiencia de la espera entre niños y adultos, analizando las diferencias en la percepción subjetiva del tiempo, la capacidad de afrontamiento y las estrategias utilizadas por cada grupo para gestionar la espera.

6 - Estudiar las estrategias empresariales para la gestión de la espera en entornos comerciales frecuentados por niños, evaluando si estas estrategias responden a las necesidades y características específicas de este segmento de consumidores.

7 - Proporcionar recomendaciones prácticas para mejorar la gestión de la espera en los servicios dirigidos a niños, basadas en los hallazgos obtenidos en la investigación y en la comparación con las teorías existentes sobre la espera en el comportamiento del consumidor.

2.2. Metodología

Este estudio adoptará un enfoque cualitativo para explorar la experiencia de la espera en los niños mediante dos técnicas: entrevistas semi-estructuradas y actividades de dibujo. El uso de dibujos permitirá a los niños expresar sus percepciones de forma creativa y no verbal, facilitando la obtención de detalles sobre sus emociones y comportamientos durante la espera. Las entrevistas servirán para profundizar en los significados de los dibujos, permitiendo a los participantes describir sus experiencias de forma más accesible.

La muestra incluirá entre 10 y 15 niños de entre 7 y 12 años. Los participantes serán seleccionados de redes familiares para asegurar que se encuentren en un entorno cómodo. Se les pedirá que dibujen una situación en la que hayan tenido que esperar, como en un supermercado o una consulta médica. Durante la actividad, se realizarán preguntas abiertas para fomentar la conversación y explorar las emociones y estrategias que utilizan para lidiar y enfrentar la espera.

El análisis de los datos se realizará a través de un análisis temático, en el que se identificarán patrones en las respuestas verbales y en los elementos visuales de los dibujos,

tales como expresiones faciales, relojes o posturas corporales. Este análisis permitirá identificar las emociones predominantes (frustración, aburrimiento, excitación) y las estrategias utilizadas para gestionar la espera.

Se seguirán estrictas pautas éticas: se obtendrá consentimiento informado de los padres y asentimiento verbal de los niños. Además, se garantizará la confidencialidad y el anonimato de los participantes. Si en algún momento los niños muestran incomodidad, la actividad se interrumpirá inmediatamente.

2.3. Estructura

El trabajo consta de dos partes; la parte teórica en la que se desarrolla el concepto de la espera en el ámbito de marketing de servicios, los diferentes tipos de espera, el impacto que supone en el consumidor y su relevancia para determinar la experiencia. Primero hablamos de la espera como concepto general pero profundizaremos en la espera de los niños, considerando aspectos del desarrollo cognitivo que influyen en su forma de experimentar el tiempo y los factores que afectan su percepción de la espera y las diferencias clave entre la percepción de los niños y los adultos. Además, se explorarán estrategias utilizadas por las empresas para gestionar la espera en entornos comerciales, con el fin de mejorar la experiencia del usuario. Esto nos servirá para entender el fenómeno de la espera desde una doble perspectiva: la del consumidor en general y la específica de los niños, lo que permitirá contextualizar el estudio y fundamentar las estrategias empresariales dirigidas a este segmento.

En cuanto a la parte práctica, como bien mencionamos en la metodología, se basa en una investigación cualitativa con niños de 7 a 12 años, utilizando el dibujo y entrevistas informales para explorar cómo perciben y gestionan la espera en distintos entornos. La muestra se obtuvo en un entorno de confianza, garantizando el consentimiento y bienestar. Finalmente a partir de toda la información recopilada, el análisis y las conclusiones, se propondrán aspectos de mejora o ideas innovadoras que puedan implantar las empresas para sobrellevar mejor y ofrecer una mejor experiencia a sus consumidores.

I. MARCO TEÓRICO

3. La espera en el marketing de servicios

3.1. Comportamiento del consumidor

Estamos en tiempos donde el consumo es un hábito cotidiano, existe tanta variedad de consumo como de ofertas, mucha competitividad donde los consumidores pueden escoger. Por lo tanto, lo que las empresas deben intentar es ofrecer al cliente no solo el mejor producto o servicio sino la experiencia en general, destacar entre la multitud y ofrecer un valor diferenciador. El consumidor valora mucho este aspecto y sus decisiones tienen en cuenta muchos aspectos pero ¿qué factores influyen en esta decisión?

“El comportamiento del consumidor es una área de estudio de los procesos que intervienen cuando una persona o grupo selecciona, compra, utiliza o rechaza productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer necesidades y deseos” (Solomon,2008). Con esto vemos que el consumidor no solo busca satisfacer su necesidad puntual sino que valora todo el proceso desde antes durante y después de la adquisición y uso de ese bien o servicio (Solomon,2008) (Mollá, 2006).

La diversidad cultural y los diferentes entornos sociales influyen de manera significativa en los hábitos de consumo. Las personas nacen y crecen en contextos específicos que moldean sus valores, creencias y patrones de consumo, los cuales varían según factores como el país de origen, la estructura familiar, las capacidades económicas, entre otros. (Bruneau Valenzuela, 2009). Estos factores externos también influyen en las decisiones de las personas. Este fenómeno no sólo está determinado por factores personales, sino también por elementos externos como la cultura, el entorno social y la percepción de valor (Acuña-Serrano & Bocanegra-Gastélum, 2023).

También puede ocurrir que una decisión sea adoptada en base a una experiencia previa que se ha tenido, esta puede ser negativa o positiva. Una experiencia satisfactoria genera un sentimiento de confianza y lealtad hacia la marca y todo lo contrario al experimentar una experiencia negativa, que puede generar rechazo y evitar ciertas marcas (Rodríguez Escudero, et al., 2004). Lo que vemos aquí es cómo las emociones influyen en la toma de decisiones de compra. Y esto no se limita aquí sino que también impacta en el boca a boca, donde los consumidores comparten sus opiniones, recomendaciones con terceros, lo que puede influir en la decisión de los demás consumidores (Rubalcava de León et al., 2019). También puede pasar que las personas no compren productos o servicios para satisfacer

una necesidad, sino que para experimentar emociones positivas como felicidad, nostalgia y por lo tanto no todas las decisiones de los consumidores son exclusivamente racionales, sino que están mediadas por factores emocionales y cognitivos. (Henriques, F. M., & Suarez, M. C., 2021). El comportamiento del consumidor engloba como mencionamos anteriormente la fase del antes, durante y después de la compra. La fase previa a la compra implica la búsqueda de información, la evaluación de alternativas etc, en base a lo que más se ajuste a sus necesidades, y por lo tanto se generan unas expectativas que se comparan con el resultado al final del proceso, pudiendo superar o no las expectativas esperadas (Solomon, 2008).

EVOLUCIÓN

En las últimas décadas se han producido cambios importantes que han afectado al comportamiento del consumidor, especialmente los cambios tecnológicos, que afectan al funcionamiento de los diferentes ámbitos, en este caso en el mundo empresarial, lo que requiere cierta adaptación. La digitalización ha hecho que la manera en que las personas interactúan, consumen y comunican con las empresas sea distinta, los consumidores actuales ejercen un papel activo en la creación de valor de las marcas y su reputación, mediante reseñas, creación de contenido, recomendaciones, etc. (Lamberton, 2014).

También ha permitido que se tenga un mayor acceso a la información sobre productos, servicios, precios, reseñas lo que permite que el consumidor tome una decisión teniendo en cuenta criterios y comprando alternativas y no dependiendo únicamente de la información que proporcionan las empresas.

Un tema muy importante que también influye en el comportamiento del consumidor es la preocupación y conciencia que se va adoptando respecto al medioambiente, la sostenibilidad y la responsabilidad social. Son aspectos que las empresas tienen que tener en cuenta para ofrecer a sus clientes productos que se ajusten a la demanda, ya que cada vez más los consumidores lo tienen en cuenta como factor que influye en su decisión de compra. (Carrington, Neville y Whitwell (2010).

Un acontecimiento reciente que marcó un punto de inflexión en el comportamiento del consumidor fue la pandemia de COVID-19, la cual aceleró significativamente la digitalización y el crecimiento del comercio electrónico (Sheth, 2020). Durante este período, las restricciones sanitarias y el distanciamiento social impulsaron a los consumidores a adoptar nuevas formas de compra, favoreciendo el comercio en línea (Afonso, Carneiro y Azevedo, 2024). Este cambio no solo se mantuvo después de la pandemia, sino que

consolidó nuevas preferencias y hábitos de consumo digital, obligando a las empresas a adaptarse a un entorno cada vez más tecnológico y centrado en la experiencia del usuario.

3.2. Concepto y relevancia de la espera en los servicios

La espera es algo que todos enfrentamos en nuestra vida diaria, desde hacer fila en el supermercado hasta esperar el autobús o esperar la llegada de un pedido. Aunque parece algo simple, la espera realmente tiene un gran impacto en cómo las personas perciben un servicio y en cómo se sienten durante ese tiempo. Según cómo se gestione, la espera puede convertirse en una experiencia neutra, agradable o incluso frustrante.

En este apartado podremos ver como la espera es un concepto multifacético que tiene diferentes significados según el contexto el cual quieras analizar. Ya sea como una experiencia psicológica, un factor esencial en la evaluación de servicios o un desafío en entornos digitales y sociales, la espera es un elemento fundamental en la vida cotidiana que merece ser estudiado y gestionado de manera efectiva. Analizar y comprender cómo las personas perciben y experimentan la espera es clave para diseñar servicios más eficientes y satisfactorios, tanto en el mundo físico como en el digital.

La forma en que percibimos el tiempo mientras esperamos no es la misma para todos; varía según el contexto y las emociones que sentimos. Esto nos lleva a un principio fascinante: **la relatividad del tiempo**. Según la teoría de la relatividad de Albert Einstein, el tiempo no es absoluto, sino que depende del marco de referencia de cada observador (Einstein, 1905). Aunque Einstein se refería al tiempo físico, este concepto también se refleja en nuestra vida diaria, cómo cada uno de nosotros experimenta el tiempo de manera subjetiva.

Desde una **perspectiva psicológica**, no siempre sentimos el tiempo de la misma manera en que realmente pasa. A veces, unos pocos minutos pueden parecer eternos, sobre todo si estamos aburridos, nerviosos o no sabemos cuánto falta para que algo ocurra. Esto pasa porque nuestra mente no mide el tiempo de forma exacta, sino que depende de cómo nos sentimos y de lo que estamos haciendo en ese momento (Wittmann & van Wassenhove, 2009). Por ejemplo, si estamos haciendo algo que nos gusta mucho, como ver una buena película o leer un libro interesante, el tiempo parece pasar volando. Por el contrario, en situaciones que nos resultan aburridas o monótonas, como esperar en una fila interminable o sentirse desconectado de una película aburrida, cada minuto puede sentirse como una eternidad (Wittmann, M. (2013). Además, la incertidumbre de no saber nada, la falta de información durante la espera puede aumentar la ansiedad, lo que hace que el tiempo parezca aún más largo. Por eso, proporcionar información clara sobre el tiempo de espera

puede reducir esta ansiedad y hacer que la espera sea más tolerable y llevadera. (Hui & Tse, 1996)

En el **ámbito del marketing**, esperar también es un factor clave que influye directamente en la satisfacción del cliente (Williams, L.E., & Poehlman, T.A. (2017). Cuando las personas esperan demasiado tiempo, pueden sentirse frustradas o insatisfechas, lo que puede afectar negativamente su percepción del servicio. En un restaurante, aunque sea el mejor del mundo, una espera demasiado larga para recibir la comida puede causar una mala impresión en los clientes, por muy excelente que sea el plato. Para manejar este problema, muchas empresas han desarrollado estrategias para hacer que la espera sea más llevadera. Una de las más comunes es ofrecer distracciones durante la espera, como música, televisión o actividades interactivas.

Con el desarrollo de la tecnología, la forma en que experimentamos la espera también ha evolucionado. Ahora no solo esperamos en lugares físicos, como filas o salas de espera, sino también en entornos digitales. Cuando usamos una aplicación o internet, a veces tenemos que esperar a que se cargue una página o a que se complete una acción. Estos tiempos de espera, aunque suelen ser cortos, pueden ser frustrantes si no se gestionan de manera adecuada (Zotes, 2016).

En el **ámbito social**, la espera no es solo una experiencia personal e individual, sino también una práctica compartida. En lugares públicos, como aeropuertos o estaciones de tren, las personas suelen esperar juntas, lo que puede generar interacciones sociales o, en algunos casos, tensiones. La forma en que las personas manejan la espera en estos contextos puede depender de factores culturales y sociales (Schwartz, B. (1974). En algunas culturas, la espera se percibe como una oportunidad para socializar, mientras que en otras puede verse como una pérdida de tiempo. La espera en espacios públicos a menudo refleja dinámicas de poder y desigualdad, donde ciertos grupos pueden tener prioridad sobre otros, lo que añade una dimensión ética a la gestión de la espera (Mann, L. (1969).

3.3. Tipos de espera y su impacto en la experiencia del consumidor

3.3.1. Clasificación de las esperas

La espera es un fenómeno que se puede interpretar de formas distintas según el punto de vista del consumidor y el contexto en que se da.

- ESPERA VOLUNTARIA VS ESPERA INVOLUNTARIA

La espera voluntaria se produce cuando el consumidor es totalmente consciente de ella, y es por elección propia que decide esperar. En este contexto la espera es percibida como un tiempo invertido que supone una recompensa futura, y es tolerable porque *“el consumidor siente que tiene el control sobre la situación”* (Bhattacharjee y Mogilner, 2014).

Respecto a la espera involuntaria es totalmente lo contrario a la espera voluntaria, el consumidor no tiene control sobre la situación, y no tiene otra opción más que esperar, generando una serie de emociones negativas; frustración, ansiedad, intolerancia, impotencia. La música ambiental puede atenuar emociones negativas como la frustración en situaciones de espera involuntaria, aunque no elimine la percepción de falta de control (Kellaris, J. J., (1992).

- ESPERA REAL VS ESPERA PERCIBIDA

La espera real hace referencia al tiempo que realmente pasa el consumidor esperando, es objetivo, medible y cuantificable, en cambio la espera percibida se basa en el tiempo que siente el consumidor que ha estado esperando según su percepción. Aunque la espera real es objetiva pero su impacto puede variar según cada consumidor porque juega un papel importante el nivel de tolerancia de la espera del consumidor, el espacio, entretenimiento, etc. (Hui, M. K., & Tse, D. K., 1996).

- ESPERA FISICA VS ESPERA DIGITAL

La espera física se da de forma presencial en un lugar determinado, donde existe una relación y contacto directo entre el prestador del servicio y el consumidor. En cambio a la espera digital se desarrolla en entornos en línea, donde la interacción es más automatizada. (Hadi, R., 2024). Esta modalidad permite esperar desde cualquier lugar allá donde estés únicamente con acceso a internet, con la ventaja de ser más flexible ya que se puede realizar otra actividad mientras se espera así se reduce la sensación de espera prolongada.

- ESPERA PROCESAL VS ESPERA SIMBÓLICA

La espera procesal viene definida previamente por una estructura reglamentada definida por un orden que debe seguirse para obtener un resultado deseado. Un ejemplo que vemos muy a menudo y que seguro todos hemos experimentado es el check-in en los aeropuertos, para finalmente coger el vuelo, pero antes hay que hacer una serie de pasos; el pasajero debe esperar en una fila para entregar su equipaje, recibir su tarjeta de embarque y pasar por seguridad antes de abordar. Este es un proceso con reglas y pasos específicos que deben seguirse en un orden determinado (Taylor, S., 1994). En cuanto a la espera simbólica se centra más en el valor que le atribuye el consumidor al servicio o bien que quiere obtener y

cómo esa expectativa influye en su percepción del tiempo de espera (Bhattacharjee y Mogilner, 2014).

3.3.2. ¿Cómo afecta el tiempo de espera a la satisfacción y la fidelización del consumidor?

La espera es un factor decisivo que determina la experiencia del consumidor, y que juega un rol importante en el grado de satisfacción y fidelización del cliente, sobre todo en tiempos donde abunda la competencia entre empresas y los consumidores esperan que se cumplan sus expectativas (Solomon, 2017). Comprender cómo la espera afecta a aspectos relevantes permitirá a las empresas reconstruir y fortalecer las relaciones con sus clientes.

Como se mencionó anteriormente, la experiencia vivida durante la espera influye directamente en la reacción del consumidor, quien responderá en función de cómo haya percibido ese tiempo de espera y definirá su comportamiento y actitud hacia la empresa.

En relación a la satisfacción, diversos estudios demuestran estrategias que ayudan a mejorar la percepción de la espera, haciendo que la experiencia sea más llevadera y contribuyendo a una mayor satisfacción del consumidor. Como pueden ser; la transparencia y comunicación, es decir mantener informado al consumidor sobre el tiempo estimado de espera y proporcionar actualizaciones regulares, hace se reduzca la incertidumbre y mejora la satisfacción (Durrande-Moreau, 2019). Un ejemplo muy común es las llamadas telefónicas en servicios de atención al cliente, cuando te van indicando el tiempo estimado de espera y la posición en la cola son más efectivos que dejar al cliente en la incertidumbre. También el entorno en que se produce la espera juega un papel importante, no es lo mismo estar en un entorno entretenido que aburrido, la decoración, iluminación, música, Wi-Fi gratuito, juegos, revistas, pantallas interactivas, todo esto ayuda a percibir la espera como más corta o con menos negatividad (Durrande-Moreau, A., 1999). Otro factor también que se valora mucho es que el cliente sienta que la espera es justa y equitativa entre las personas que están esperando. Un ejemplo que se da frecuentemente es el de esperar en una cola, se prioriza los que llegan primero siguiendo el orden de llegada.

Por lo tanto, vemos que se pueden diseñar y establecer estrategias que permitan transformar la experiencia de espera negativa a una más tolerable o incluso agradable.

La fidelización de los clientes es un factor clave para las empresas, y la espera afecta a la relación que establece el cliente con una marca. Las experiencias positivas durante la espera pueden fortalecer la lealtad del cliente, mientras que las experiencias negativas pueden llevar a la pérdida de clientes (Villalba Miranda, 2017). Ya que la espera se percibe

como algo negativo, se le puede dar un giro y convertirse en una oportunidad para fortalecer la relación con el cliente. Ofrecer entretenimiento, descuentos o muestras gratuitas durante la espera puede generar una impresión positiva y aumentar la probabilidad de que el cliente regrese. En cambio si los consumidores perciben que hay una mala gestión o una espera prolongada son más propensos a cambiar de marca (Sheth,2020). El cumplimiento con las expectativas del consumidor como hemos mencionado antes cada vez son más altas y sobretodo si el entorno es competitivo, por lo tanto si la empresa es capaz de llegar a cumplir o superar las expectativas en términos de tiempo de espera, se tiende a ser más leal a la marca (Bhattacharjee y Mogilner, 2014). Ahora con el comercio electrónico, los servicios de entrega establecen un margen de llegada del pedido, si la entrega se hace en un tiempo inferior al establecido, esto supera las expectativas del cliente y por lo tanto genera una confianza y satisfacción en cuanto al servicio prestado, lo que puede fomentar la lealtad del cliente.

3.4. Estrategias para la gestión de la espera en entornos comerciales

Está claro que la gestión del tiempo de espera es un desafío clave para las empresas, especialmente en un mundo donde la inmediatez se ha convertido en una expectativa fundamental para los consumidores. Para los adultos, las estrategias de gestión de la espera suelen centrarse en la eficiencia, la transparencia y la comodidad, respaldadas por principios del marketing de servicios. Estas estrategias no solo buscan reducir la frustración del cliente, sino también mejorar su percepción de la marca y fortalecer la relación entre la empresa y sus consumidores.

La digitalización y el comercio electrónico fueron claves para esta nueva revolución. (Grewal,2017). Hacer la compra ya no es tan difícil, esa necesidad de ir a un establecimiento físico ya no existe ahora puedes comprar productos desde cualquier lugar y en cualquier momento. Las tiendas online están abiertas las 24 horas del día, los 365 días del año y con opciones de entrega inmediata, un claro ejemplo es Amazon Prime. Los tiempos de entrega han disminuido considerablemente, y muchas empresas ofrecen envíos al día siguiente o incluso en el mismo día, dependiendo de la ubicación.

La atención al cliente también ha evolucionado, ahora los clientes pueden resolver cualquier duda o problema mediante chatbots, correos electrónicos o incluso redes sociales y obtendrán una respuesta inmediata y efectiva. Las expectativas de respuesta rápida son más altas que nunca, y las empresas se esfuerzan por ofrecer soluciones rápidas para mantener la satisfacción del cliente. Además, los consumidores pueden leer reseñas, ver videos de productos y comparar precios en tiempo real, lo que facilita la toma de decisiones.

En el pasado la paciencia era una cualidad fundamental ya que los consumidores estaban acostumbrados a planificar sus compras y aceptar largos tiempos de espera para recibir sus pedidos, era otra mentalidad. Sin embargo, con el avance de la tecnología y la digitalización, la inmediatez comenzó a hacerse más prominente. La digitalización y el comercio electrónico han modificado las expectativas de los consumidores, haciéndolos más impacientes ante la espera. (García Paredes et al., 2022).

El comercio electrónico va creciendo cada vez más, convirtiendo la inmediatez en el consumo en un estándar necesario y obligatorio. Estudios muestran que los consumidores ahora esperan recibir sus productos de manera casi instantánea, lo que representa desafíos para las empresas que deben adaptarse a estas nuevas expectativas (Soto, 2024). La teoría del comportamiento del consumidor, como hemos visto en la asignatura, ha comenzado a explorar cómo la inmediatez influye en la toma de decisiones y en la satisfacción del cliente. Según Delgado (2022), *"la inmediatez no sólo responde a una necesidad de gratificación inmediata, sino que también afecta la percepción de valor que tiene el consumidor sobre los productos"*.

Las empresas han tenido que adaptar sus estrategias para satisfacer la demanda de inmediatez, implementando mejoras en logística, digitalización y atención al cliente. Aquellas que logran optimizar la experiencia del usuario y ofrecer respuestas rápidas a sus necesidades tienen una ventaja competitiva clave en el mercado actual.

A continuación, se presentan algunas estrategias concretas que utilizan distintos sectores para gestionar la espera, adaptándose a estas nuevas demandas y mejorando la experiencia del cliente:

Comercio electrónico y logística: Amazon, es una de las empresas que han transformado la experiencia de compra al reducir drásticamente los tiempos de espera mediante servicios como Amazon Prime, que ofrece entregas en el mismo día o al día siguiente. Además, plataformas como Zalando o Shein actualizan constantemente el estado de los pedidos en tiempo real, permitiendo al cliente seguir y estar informado constantemente de cada etapa del envío, lo que reduce la incertidumbre y mejora la percepción del servicio.

Retail y supermercados físicos: En supermercados como BonPreu-Esclat o Carrefour, ya no es necesario hacer las tradicionales colas, a veces interminables y frustrantes. Estas empresas han implementado sistemas de autocobro que permiten a los clientes escanear y pagar sus productos de forma autónoma, agilizando el proceso de compra y mejorando significativamente la experiencia del usuario. IKEA, por ejemplo, ofrece zonas de juego

infantil o cafeterías cerca de las áreas de espera para mejorar la experiencia del cliente y de los niños que los acompañan.

Atención al cliente y servicios tecnológicos: Compañías como **Apple, Microsoft, Telefónica** han implementado sistemas de atención por cita previa, además de ofrecer soporte mediante chatbots y canales digitales con respuestas automáticas y personalizadas. Esto reduce significativamente los tiempos de espera telefónica y presencial, y mejora la eficiencia en la atención. Estas estrategias no solo buscan reducir los tiempos de espera reales, sino también mejorar la percepción de dicha espera, manteniendo al consumidor informado, entretenido o atendido. En todos los casos, la experiencia del cliente se convierte en un valor diferencial clave, especialmente en un mercado donde la rapidez y la eficiencia son sinónimo de calidad.

4. Percepción del tiempo y la espera en los niños

4.1 Desarrollo cognitivo y percepción del tiempo en la infancia

El ser humano es un organismo en constante evolución, no solo a nivel físico sino también mental. A medida que crecemos, desarrollamos nuevas habilidades, adquirimos más conocimiento, y cada vez somos más conscientes del entorno que nos rodea. Esto sucede desde que ponemos un pie en este mundo, con el paso del tiempo nuestra percepción, y nuestras capacidades cognitivas evolucionan, como puede ser la memoria, el razonamiento, el pensamiento. Tal y como dijo J.Piaget (1981), los niños pasan por una serie de etapas hasta llegar a entender el tiempo como un proceso y estructura lógica. Por lo tanto, los niños no entienden el tiempo como un fenómeno independiente a sus rutinas, a lo que sienten, a sus acciones, *“Un niño pequeño no mide el tiempo con un reloj, sino con su rutina”* - Piaget. Es decir, a lo que se refiere es que los niños mentalmente establecen una relación del tiempo con lo que suelen hacer, ejemplo después de la hora de comer, toca descansar, como un orden de lo que hacen en su día a día. Aquí también influyen las emociones que se experimentan en diferentes situaciones, seguimos con el ejemplo anterior, si el niño tiene hambre y quiere comer, el tiempo que transcurre desde que siente hambre hasta que satisface esa necesidad experimenta una ciertas emociones que le pueden hacer sentir que el tiempo es más largo. O todo lo contrario si está realizando una actividad que le gusta cómo jugar y se lo está pasando bien el tiempo se le pasara más rápido y lo asocia con emociones positivas.

Los niños van acompañados de una figura adulta que siempre está a su lado, en primer lugar se tiene a la familia que es con la que pasan más tiempo, más adelante las instituciones educativas y el entorno social que les rodea. Estas personas guían y

proporcionan apoyo a los niños durante el proceso de aprendizaje. Con lo cual aquí vemos la importancia de la interacción social de los niños con su entorno. Como dijo Lev Vygotsky, psicólogo y teórico del desarrollo infantil, *“La sociedad de los adultos tiene la responsabilidad de compartir su conocimiento con las integrantes más jóvenes y menos avanzados para estimular el desarrollo intelectual”*. Con esto se refiere a varios aspectos como el lenguaje que se utiliza, las interacciones con otros el apoyo en tareas que no pueden realizar de forma individual y que requieren de ayuda de mayores (Bruner, 1985). Cabe destacar también un elemento importante, cada niño presenta un nivel de desarrollo cognitivo distinto y único lo que hace que pueda destacar más en un aspecto que otro.

4.1.1 Etapas clave en la comprensión del tiempo

La comprensión del tiempo no es algo que tenemos ya inculcado, sino que se desarrolla progresiva y gradual desde que somos niños, a través de la experiencia, desarrollo de las capacidades cognitivas, van construyendo una noción cada vez más completa y estructurada.

Jean Piaget fue uno de los autores que profundizó en el proceso que esto requiere para llegar a construir una noción sólida y coherente del tiempo. Él hace hincapié en **cuatro etapas principales** que recoge desde los primeros meses de vida hasta los 12 años, para analizar cómo los niños desarrollan su comprensión del tiempo.

Nos basaremos principalmente en la teoría de Piaget, pero se contrastará con investigaciones recientes para identificar qué conceptos siguen siendo relevantes, cuáles han evolucionado y que otros factores también influyen en la comprensión del tiempo que él no consideró en su enfoque.

ETAPA SENSORIOMOTORA (0 A 12 AÑOS)

Durante la etapa que comprende desde el nacimiento hasta los 2 años, para los niños la comprensión del tiempo es casi inexistente, viven en un presente continuo, viven el momento, “el aquí y el ahora” (Boden, M. A., 1982). Es una etapa en que tienen curiosidad, quieren explorar y conocer a través de los sentidos, y generan reacciones y respuestas a los diferentes estímulos de su entorno. En esta fase el tiempo se asocia con las necesidades básicas como el sueño, el hambre, con lo cual se establece una rutina repetitiva en la vida de los niños, que de forma inconsciente les permite establecer unos patrones temporales de lo que realizan en su día a día, empezando a reconocer que algunos eventos ocurren en un orden secuencial, como cuando lloran porque tienen hambre al ver el biberon (Singer, D. G., 1971). Durante esta etapa, el tiempo está ligado a la acción

inmediata y a la permanencia de los objetos, pero no existe aún una conceptualización clara de pasado, presente o futuro (Baillargeon, R., 1994). Pero es cierto que a medida que van aprendiendo sobre la permanencia del objeto, se dan cuenta de que las cosas y las personas siguen existiendo, incluso si no las ven.

ETAPA PREOPERACIONAL (2 A 7 AÑOS)

Durante esta etapa que abarca desde los dos años hasta los siete años, aquí los niños ya empiezan a introducir en su comunicación símbolos o conceptos temporales como “ayer”, “hoy” y “mañana”, teniendo en cuenta que lo hacen limitándose a verlo y entenderlo desde una perspectiva personal y egocéntrica, aún no son capaces de verlo desde la perspectiva de otros (Córdoba Navas, D, 2018). Aún utilizando términos temporales en esta etapa no son capaces de medir la duración y orden de un evento o entre dos situaciones, como por ejemplo pueden confundir la secuencia de eventos recientes o pensar que un evento que ocurrió hace una semana es más reciente que uno que ocurrió ayer o también cuánto tiempo pasa entre un suceso y otro. Esta confusión se debe a que su percepción del tiempo está influenciada por la emoción y la relevancia de los eventos más que por una cronología objetiva. Su pensamiento en esta etapa no logra aún manejar conceptos lógicos o abstractos (Enesco, I, (1996).

ETAPA DE OPERACIONES CONCRETAS (7 A 11 AÑOS)

A partir de esta etapa, los niños comienzan a ser más conscientes del tiempo y a comprenderlo de manera lógica, aunque aún de forma concreta y ligada a situaciones específicas (Córdoba Navas, D., 2018). En esta fase ya son capaces de ordenar sucesos cronológicamente, reconocer los días de la semana, los meses y las estaciones del año. También empiezan a entender la duración de las actividades y a interpretar instrumentos como el reloj y el calendario. Sin embargo, su comprensión del tiempo sigue siendo concreta, es decir, se basa en experiencias directas y no en conceptos abstractos (Córdoba Navas, D., 2018).

ETAPA DE OPERACIONES FORMALES (12 AÑOS O +)

En esta etapa, el concepto de tiempo se vuelve más complejo y en la que son capaces de manejar conceptos abstractos relacionados con el tiempo, como la historia. Esto ayuda a desarrollar el pensamiento crítico, la capacidad de reflexionar sobre el tiempo, la contextualización y comprensión de la relación entre distintos períodos temporales de eventos ya sean pasados, presentes y futuros. Esta habilidad les permite planificar, analizar y proyectar acontecimientos a largo plazo (Inhelder, B. & Piaget, J., 2016).

Teorías complementarias y otras perspectivas

Existen otras teorías que han enriquecido la teoría de Piaget, especialmente con los aportes de Lev Vygotsky, quien destacó la importancia del entorno social y cultural en el desarrollo cognitivo. Según Vygotsky, el lenguaje, las interacciones con adultos y el uso de herramientas culturales (como relojes y calendarios) son fundamentales para que los niños comprendan el tiempo. Además, su concepto de zona de desarrollo próximo explica cómo los niños pueden avanzar en su comprensión temporal con la guía adecuada, incluso antes de dominar un concepto por sí solos (Alves, P. F., 2014), (Clot, Y. (Ed.). (1999)

Estas ideas complementan la visión de Piaget al mostrar que el desarrollo del tiempo no depende solo de la maduración interna del niño, sino también del contexto en el que crece y aprende (Clot, Y. (Ed.), 1999).

4.2. Los padres y las instituciones educativas

El rol de los padres en la enseñanza del tiempo

Los niños desde temprana edad establecen contacto y pasan su mayor tiempo con los padres en primer plano y luego pasan a estar la mayoría del tiempo en las instituciones educativas, lo que es un papel crucial en el desarrollo de la percepción del tiempo y la manera de controlar la espera.

Los padres son los primeros modelos y referentes en que se fijan los niños, e influyen en cómo los pequeños perciben y gestionan el tiempo. Empezando por lo que pasa en el día a día y lo que viven, el hecho de establecer una rutina en sus vidas es una herramienta que ayuda a que los niños sean conscientes de la existencia de un orden temporal, fijando horarios para determinadas acciones, como la hora de comer, dormir, jugar, les permite entender que cada acción tiene un momento específico (Fiese, et al., 2011). Al introducir una rutina para los niños se enseña mediante el uso de términos que permiten ayudar a comprender la secuencia de las acciones. Términos básicos como “antes”, “después”, “ayer”, “mañana”, “ahora no”, son palabras cotidianas que ayudan a los niños a desarrollar una noción más clara de la secuencia de los hechos (Weist, 2014 - Piaget).

Como dije al principio, los padres son un ejemplo para sus hijos, los comportamientos de los padres son observados e imitados por sus hijos, lo que puede modelar también sus comportamientos y la manera de actuar. Según (Liew et al., 2018), llegó a la conclusión de

que los niños cuyos padres demuestran paciencia y autocontrol durante situaciones de espera tienden a imitar estos comportamientos.

Algo que podrían hacer los padres para ayudar a sus hijos a sobrellevar mejor la espera es proporcionarles juegos que involucren conceptos temporales, lo que permite desarrollar una comprensión temprana y precisa de conceptos temporales. Esto comporta el desarrollo de habilidades como la paciencia, el autocontrol, la organización-planificación, control de sus emociones, etc.

El papel de las instituciones educativas en la formación temporal

Respecto a las instituciones educativas, complementan el rol de los padres, proporcionando un espacio donde los niños pueden aprender y practicar habilidades relacionadas con el tiempo y la espera. Estrategias que pueden implementar y llevar a cabo para el fomento de la paciencia y la gestión de la espera, como por ejemplo actividades que requieren esperar turnos (Bodrova y Leong, 2015), y por ende ayudar a los niños a controlar las emociones que se producen debido a la espera, lo que permite enfrentar mejor situaciones de espera.

4.3. Factores que influyen en la percepción del tiempo y la espera en los niños

Como se mencionó en el apartado anterior, la percepción del tiempo y la capacidad de esperar son habilidades muy importantes en el desarrollo de los niños. Conocer los factores que influyen en estas habilidades permite entender por qué algunos niños manejan mejor la espera que otros, y también ayuda a crear estrategias que les enseñen a controlar mejor su comportamiento y a adaptarse a situaciones donde necesitan esperar.

Factores emocionales y motivacionales

Las emociones juegan un papel importante en cómo los niños perciben el tiempo. Cuando los niños experimentan emociones intensas, como la ira o el miedo, el tiempo puede parecer que pasa más lento. (Wittmann & van Wassenhove, 2009). Por ejemplo, los niños pueden sentir que una situación de enfado, de rabia dura más tiempo, aunque realmente sea el mismo tiempo que otras situaciones.

Esto explica por qué los niños a veces sienten que el tiempo pasa muy despacio cuando están aburridos o esperando sin nada que hacer. Por otro lado, cuando están haciendo algo que les gusta, como jugar con amigos o ver su programa favorito, el tiempo les parece que pasa volando porque no están tan atentos a él (Droit-Volet et al., (2013).

El estudio de Droit-Volet et al. (2016) muestra que la forma en que los niños manejan sus emociones y usan sus recursos mentales, como la memoria y la atención, afecta cómo

perciben el tiempo. Los niños que tienen más habilidad para controlar sus emociones, por ejemplo, al distraerse o relajarse, pueden enfrentar mejor las situaciones de espera. Esto es porque su percepción del tiempo no es tan molesta y pueden sentirse más tranquilos. De esta manera, la capacidad de controlar las emociones no solo es importante para sentirse bien, sino también para tener una percepción del tiempo más saludable en la vida diaria.

Influencias sociales y culturales

El entorno social y cultural en el que crecen los niños influye en su percepción del tiempo y su capacidad de esperar. Diversas investigaciones han mostrado que las normas culturales moldean la forma en que los niños manejan la espera. Por ejemplo, se ha observado que los niños japoneses suelen esperar más tiempo por alimentos que por regalos, mientras que los niños estadounidenses presentan el patrón inverso. Estas diferencias indican que las prioridades y valores culturales influyen en cómo se desarrolla la percepción del tiempo desde edades tempranas (Munakata & Yonehiro, 2021).

Como se mencionó en el apartado anterior, el comportamiento de los niños también depende de las personas que los rodean. Si sus amigos o familiares prefieren esperar (en lugar de tomar las cosas de inmediato), los niños aprenderán a hacer lo mismo. Esto muestra que los niños copian lo que ven en los demás y que las personas cercanas a ellos influyen en su capacidad para esperar (Koomen & Herrmann, 2020). Las familias y las comunidades enseñan a los niños cómo manejar el tiempo, les explican, con palabras o ejemplos, cuándo deben esperar y cuándo pueden actuar. Estas reglas y costumbres (propias de su cultura) les ayudan a entender el valor de la paciencia y a adaptarse a lo que su entorno considera correcto. (Yasui, 2023).

En definitiva, la forma en que los niños ven el tiempo y su capacidad para esperar no dependen solo de su biología. Son habilidades que aprenden poco a poco, según las costumbres, valores y ejemplos que absorben de las personas que los rodean. La sociedad y la cultura les enseñan, sin palabras a veces, qué significa el tiempo y cómo usarlo.

Edad y madurez conginitiva

Como explicó Piaget en sus estudios sobre el desarrollo infantil, la comprensión del tiempo evoluciona junto con las capacidades cognitivas del niño. La edad es un factor clave en la percepción del tiempo y la capacidad de esperar. Los niños pequeños a menudo tienen problemas para entender lo que significa esperar mucho tiempo. Esto se debe a que su cerebro, especialmente la parte que se encarga de planificar y regular su comportamiento, todavía está en desarrollo (McCormack & Hoerl, 1999). A medida que crecen y sus cerebros

maduran, van aprendiendo a manejar mejor el tiempo, lo que les permite ser más pacientes y usar técnicas más avanzadas para controlar su conducta (Zelazo & Carlson, 2012).

Influencia de la tecnología

En la era digital, la tecnología tiene un gran impacto en cómo los niños perciben el tiempo y la espera. Actualmente, están acostumbrados a un acceso constante y fácil a dispositivos como teléfonos, tablets y ordenadores, lo que altera su relación con el paso del tiempo. (Barragan-Jason, G., & Hopfensitz, A., 2021). La exposición prolongada a estos dispositivos reduce su capacidad para estimar con precisión cuánto tiempo ha pasado, debido a la alta estimulación sensorial que generan. (Belton, et al., 2021)

Este fenómeno tiene tanto aspectos positivos como negativos. Por un lado, el uso de dispositivos digitales como móviles, tablets y videojuegos puede ser beneficioso en ciertas situaciones: ayudan a los niños a distraerse y a que la espera se les haga más llevadera, especialmente en contextos donde no hay otras formas de entretenimiento. En este sentido, la tecnología puede funcionar como una herramienta para gestionar mejor el aburrimiento y hacer que el tiempo pase más rápido.

Sin embargo, por otro lado, el uso constante de estos dispositivos también trae consecuencias negativas. La exposición prolongada a pantallas y a estímulos constantes puede alterar la percepción del tiempo, dificultando que los niños desarrollen una noción precisa de cuánto tiempo ha pasado (Belton, et al., 2021). Además, esta constante estimulación puede reducir su tolerancia a la espera y aumentar la frustración cuando no obtienen resultados inmediatos, como cuando una app tarda en cargar o el Wi-Fi no funciona (Wilmer, H. H., & Chein, J. M., 2016).

Este problema no se limita solo a los niños: los adultos también se ven afectados por la inmediatez que ofrece la tecnología. Nos hemos acostumbrado a obtener todo de forma rápida, y cuando las cosas no suceden al instante, sentimos frustración o ansiedad. En general, la velocidad de la tecnología ha modificado nuestras expectativas y nuestra capacidad para tolerar la espera (Ward et al., 2017).

4.4. Estrategias empresariales para manejar la espera en los niños

Esperar puede ser aburrido, sobre todo para los niños, que no tienen la misma paciencia que los adultos. Por eso, muchas empresas han encontrado formas creativas de hacer que esos momentos de espera sean más divertidos y menos pesados. En este apartado,

veremos algunos ejemplos de cómo distintos sectores han logrado que la espera con niños sea menos estresante e, incluso, una experiencia agradable.

Sector de restaurantes y comida rápida

En el **sector de restaurantes y comida rápida**, la espera puede ser un desafío, especialmente cuando los niños están hambrientos o impacientes (Gómez-López et al., 2021). Las empresas han implementado diversas tácticas para mantener a los niños entretenidos y reducir la percepción del tiempo. Muchos restaurantes ofrecen juguetes o kits de actividades con los menús infantiles. Por ejemplo, McDonald's incluye juguetes de sus campañas promocionales, como los de películas populares o personajes animados. Estos juguetes no solo entretienen, sino que también fomentan la repetición de visitas. (Rodríguez, J., 2016) Burger King, Mc Donald's incluido o incluso IKEA (en su área de restaurante), cuentan con zonas de juego interactivas donde los niños pueden divertirse mientras esperan. Estas áreas suelen incluir toboganes, laberintos y juegos temáticos.

Parques temáticos y centros de entretenimiento

Las largas filas son un desafío común. Las empresas han implementado estrategias creativas para hacer que la espera sea parte de la experiencia. Disney es un referente en este aspecto. En sus parques, las filas están diseñadas como parte de la atracción, con decoraciones temáticas, pantallas interactivas y personajes que interactúan con los visitantes. Por ejemplo, en la atracción "Piratas del Caribe", los niños pueden explorar un barco pirata mientras esperan. Algunos parques, como Universal Studios, utilizan sistemas de reservas virtuales que permiten a los visitantes reservar un lugar en la fila y disfrutar de otras áreas del parque mientras esperan. Esto reduce el tiempo percibido de espera. En LEGOLAND, los niños pueden construir figuras con bloques LEGO mientras esperan, lo que no solo los entretiene, sino que también fomenta la creatividad.

Tiendas y centros comerciales

Las empresas han desarrollado estrategias para mantener a los niños entretenidos mientras los padres realizan sus compras. IKEA es conocido por sus áreas de juego supervisadas, donde los niños pueden divertirse mientras los padres recorren la tienda. Estas zonas suelen incluir pelotas, toboganes y actividades temáticas. Tiendas como Casa del Libro organizan talleres de lectura y manualidades para niños, lo que convierte la espera en una experiencia educativa y divertida.

Aeropuertos

Los aeropuertos líderes a nivel mundial han desarrollado espacios especialmente diseñados para el público infantil. Un ejemplo destacado es el Aeropuerto de Changi en Singapur, que cuenta con áreas de juego temáticas, jardines interactivos e incluso piscinas para que los

niños se diviertan antes de su vuelo (Changi Airport Group, 2023). Algunas aerolíneas, como Emirates, ofrecen tablets con juegos y películas para los niños durante los vuelos y en las salas de espera. (Emirates Airlines, 2023)

Clínicas y hospitales

La espera puede ser estresante tanto para los niños como para sus padres. Las empresas han desarrollado estrategias para hacer que esta experiencia sea más llevadera. Muchos hospitales, como el Hospital Sant Joan de Reus, cuentan con áreas de juego coloridas y equipadas con juguetes y actividades para distraer a los niños mientras esperan su turno. Algunas clínicas utilizan pantallas táctiles con juegos educativos o personajes animados que explican procedimientos médicos de manera amigable.

Las empresas han desarrollado estrategias creativas y efectivas para manejar la espera en los niños, adaptándose a las necesidades de este grupo demográfico. Desde juguetes y zonas de juego hasta tecnología interactiva, estas tácticas no solo reducen el aburrimiento y la ansiedad, sino que también mejoran la experiencia general del cliente. Estas estrategias demuestran cómo el entendimiento de la percepción del tiempo en los niños puede ser aprovechado para crear experiencias memorables y positivas.

II. MARCO PRÁCTICO

5. Metodología

5.1. Contexto y técnica utilizada

La espera es un fenómeno común en los entornos de consumo; no obstante, la mayoría de los estudios la abordan desde la perspectiva de los adultos. De allí la idea de este estudio, conocer también cómo gestionan los niños la espera, como la perciben y afrontan es importante ya que también son sujetos activos en estos entornos y, su forma de percibir y afrontar la espera puede ser muy diferente a la de los adultos.

En este estudio, basado en un enfoque cualitativo, se incorpora la investigación basada en las artes (arts-based research) como estrategia para explorar las vivencias de los niños respecto al tiempo de espera en entornos de servicios. Este enfoque reconoce el valor del lenguaje visual como medio de expresión y análisis, especialmente útil para este segmento, ya que permite acceder a su mundo emocional, cognitivo y experiencial de una manera más auténtica y menos condicionada por el lenguaje verbal (Mitchell, 2006; Malchiodi, 1998).

El dibujo ha demostrado ser una herramienta eficaz para recoger información significativa cuando se trabaja con niños, tanto en el ámbito de la educación como en la psicología y el trabajo social. A través del dibujo, los niños representan su realidad, sus emociones y sus interpretaciones del entorno, lo que permite al investigador observar elementos que de otro modo podrían pasar desapercibidos (Einarsdottir, Dockett & Perry, 2009).

En este estudio, el dibujo se ha utilizado como una técnica de recogida de datos complementaria a las entrevistas. Se ha invitado a los niños a dibujar situaciones relacionadas con momentos de espera. Posteriormente, se han recogido sus explicaciones verbales sobre lo representado, con el fin de enriquecer la interpretación de los contenidos visuales.

5.2. Objetivos de la investigación

Estos objetivos desarrollan la idea inicial del estudio: comprender cómo viven los niños la experiencia de la espera en distintos contextos de servicio. Se profundiza en aspectos como sus emociones, percepciones, estrategias de afrontamiento y el papel del entorno, contrastando sus vivencias con las de los adultos y con teorías previas sobre el comportamiento del consumidor. Además, se busca generar recomendaciones prácticas para adaptar los servicios a las necesidades de los niños como usuarios activos.

5.3. Muestra y selección de participantes

La investigación se centrará en niños de 7 a 12 años, ya que este intervalo de edades es el más adecuado para captar diferencias en la forma en que perciben el tiempo y gestionan las emociones en situaciones de espera. Los participantes serán seleccionados a partir de entorno familiar y conocidos para garantizar un ambiente cómodo y de confianza durante las entrevistas. Se ha intentado que el total de entrevistas sea suficiente para obtener diferentes puntos de vista, que nos permita llegar a una conclusión rica y profunda. Tenemos un total de 12 entrevistas, a continuación un resumen de los participantes y la edad correspondiente:

Nombre	Edad
Niño 1	7 años
Niña 2	8 años
Niña 3	9 años
Niña 4	10 años

Niña 5	10 años
Niño 6	10 años
Niño 7	11 años
Niña 8	11 años
Niña 9	12 años
Niño 10	12 años
Niño 11	12 años
Niño 12	12 años

Fuente: Elaboración propia, 2025.

5.4. Procedimiento

Para la realización de esta actividad hemos decidido optar por un lugar en el que se sientan cómodos y familiarizados y con instalaciones adecuadas, por ello, y tras una planificación previa, hemos escogido hacerlo en dos centros cívicos de Reus; el Centro Cívico Llevant y el Centro Cívico Migjorn.

La actividad se realizó en grupos de niños, divididos en tres videos y la cantidad de participantes. El primer grupo, compuesto por tres niños (Niño 1, Niña 2 y Niña 4), realizó la actividad en el Centro Cívico Migjorn. El segundo grupo, también en el Centro Cívico Migjorn, estuvo formado por cinco niños (Niña 3, Niña 5, Niña 8, Niña 9 y Niño 10). Finalmente, el tercer grupo, con tres niños (Niño 6, Niña 7 y Niño 11), llevó a cabo la actividad en el Centro Cívico Llevant. Cabe mencionar que el Niño 12, por motivos de privacidad, decidió no ser grabado ni en video ni en audio. Sin embargo, se respetó plenamente su decisión y, aun así, se pudo recoger información valiosa a través de una conversación informal y observación directa durante la actividad. Esta información también ha sido tenida en cuenta en el análisis.

Cada sesión tuvo una duración aproximada de cuatro horas, tiempo que incluyó desde la llegada al centro, la preparación de la sala, la recepción de los niños y el desarrollo completo de la actividad. Al llegar, se organizó el espacio para que fuera cómodo y acogedor, creando un buen ambiente para que los niños se sintieran relajados y seguros. Una vez reunidos, comenzamos con la explicación detallada de la actividad, asegurándonos su comprensión. Se les permitió un margen para pensar qué situación de espera querían representar, recordando que cada niño tenía libertad total para elegir lo que deseaba dibujar. Si alguno no entendía bien la propuesta, se le ofrecían ejemplos orientativos

—como esperar en un parque, en el médico o en una cola— siempre cuidando de no condicionar su decisión.

Se les facilitó el material necesario y no se estableció un límite de tiempo para realizar el dibujo, respetando así el ritmo individual de cada participante: algunos terminaron rápidamente, mientras que otros necesitaron más tiempo para reflejar con calma sus ideas. Al finalizar sus dibujos, se les invitaba a participar en entrevistas individuales para profundizar en sus experiencias y en el significado de lo que habían representado. Cada entrevista duró entre 5 y 10 minutos aproximadamente y se realizó por separado para evitar distracciones y garantizar un ambiente cómodo y de confianza. Se utilizaron preguntas abiertas, formuladas de manera flexible según el desarrollo de la conversación, las respuestas de los niños o los elementos presentes en sus dibujos. Algunas preguntas que se hicieron fueron: "*¿Qué está pasando en tu dibujo?*" / "*¿Cómo te sentiste mientras esperabas?*" / "*¿Qué hiciste para pasar el tiempo?*" / "*¿Te pareció que la espera fue larga o corta?*" / "*¿Desde tu punto de vista que mejora propondrías?*" / "*¿Con quién estabas? ¿Estabas solo o acompañado?*"

Cabe destacar que, además de estas entrevistas, también se mantuvo un diálogo más cercano con los niños fuera de cámara, lo que permitió recoger y conocer mejor sus emociones sin presión. Las entrevistas fueron grabadas con el consentimiento previo de los padres y de los propios niños, procurando siempre no generar incomodidad o estrés. Posteriormente, dichas entrevistas fueron transcritas y organizadas en categorías temáticas para su análisis. Por su parte, los dibujos fueron escaneados para facilitar su estudio detallado y respetar su integridad.

5.5. Estructura de análisis de los datos

El análisis de los datos en este estudio se lleva a cabo a partir de los dibujos realizados por los niños, siguiendo un enfoque de investigación basada en las artes (arts-based research). Este enfoque permite utilizar el dibujo como una herramienta para acceder a las percepciones, emociones y experiencias de los niños de una manera que el lenguaje verbal a menudo no puede captar. Para ello, seguiremos un proceso de análisis que se basa en las estrategias utilizadas en estudios previos sobre cómo interpretar los dibujos de los niños en contextos educativos y psicológicos (Mitchell, 2006; Malchiodi, 1998).

1. Análisis formal: Elementos gráficos y técnicos

Empezaremos analizando la parte más visual y técnica del dibujo;

- **Líneas**

Las líneas en un dibujo de un niño pueden mostrar su desarrollo y sus emociones. Las líneas rectas indican que el niño tiene buen control y pensamiento claro, mientras que las curvas muestran que es creativo y expresivo (Einarsdóttir, J., 2007). La fuerza con que dibuja también importa: si presiona mucho, puede estar mostrando energía o enojo; si presiona poco, puede estar tímido o cansado. Además, si las líneas son continuas, significa que tiene buena coordinación, pero si son cortadas o irregulares, puede estar ansioso o tener problemas para controlar sus movimientos (Malchiodi, 1998).

- **Tamaño del dibujo**

En cuanto al tamaño del dibujo, se basa en el uso que se le da al espacio proporcionado para ello, los dibujos grandes y uso excesivo del espacio suelen asociarse con extroversión, impulsividad, mientras que los pequeños dibujos o los que hacen uso limitado del espacio pueden indicar aislamiento emocional, es decir no expresar ni compartir sentimientos o emociones con los demás, introversión o sentimientos de inferioridad (Di Leo, J.H., 1983).

- **Uso del color**

Los colores son también una herramienta poderosa de expresión emocional, los colores cálidos se relacionan con emociones intensas como alegría, energía, entusiasmo o incluso agresividad, mientras que los colores fríos tienden a reflejar calma, tranquilidad, introspección o distancia emocional (Dylman, 2020). A nivel psicológico la variedad de colores en el dibujo puede indicar creatividad y equilibrio emocional, sin embargo la ausencia de color puede asociarse con apatía, tristeza, retraimiento o inhibición emocional (Malchiodi, C. A., 1998).

- **Composición espacial**

La forma en que el niño organiza los elementos dentro del espacio del dibujo ofrece información sobre su equilibrio emocional y su estructura interna. Una distribución equilibrada de los elementos puede denotar organización cognitiva, estabilidad y una percepción armoniosa del entorno (Cherney, I. D. et., 2006). Por el contrario, una composición asimétrica o caótica podría señalar ansiedad, confusión interna o falta de estructura. La simetría, en particular, se relaciona con un desarrollo motor adecuado y con una búsqueda de armonía en la expresión gráfica.

- **Cantidad de elementos**

Dependiendo de si el dibujo es sencillo y escaso o incluye varios elementos puede reflejar el estado anímico y emocional de la persona. Un dibujo con exceso de detalles puede reflejar

impulsividad, hiperactividad o una mente sobrecargada de estímulos (Buck, J. N., 1948). En cambio, una escasez de elementos puede relacionarse con retraimiento, falta de motivación o dificultades para organizar y expresar ideas gráficamente.

2. Análisis del contenido simbólico

El análisis de los dibujos infantiles se enfoca en los símbolos que los niños usan para expresar cómo viven la espera. Las figuras humanas o animales reflejan emociones y percepciones importantes. Por ejemplo, la ausencia de rasgos faciales puede señalar dificultades en la interacción social, mientras que figuras desproporcionadas pueden mostrar inseguridad o sensación de poder. Las figuras grandes suelen representar figuras de autoridad, y las pequeñas pueden reflejar miedo o vulnerabilidad. Cuando los dibujos muestran escenas de conflicto, como peleas o aislamiento, indican tensiones personales o familiares, mientras que escenas armoniosas sugieren una relación positiva con la espera (Edwards, R., et, 2008).

Los símbolos naturales también aportan información: el sol simboliza protección, mientras que la lluvia o las nubes expresan tristeza o ansiedad. Puertas o ventanas cerradas pueden reflejar desconfianza o la necesidad de sentirse protegido. Además, la relación entre los elementos en el dibujo es clave; figuras aisladas pueden significar soledad o desconexión, mientras que figuras que interactúan muestran seguridad y conexión. En conjunto, estos elementos narrativos y simbólicos permiten entender mejor cómo los niños sienten y manejan la experiencia de esperar, mostrando su mundo emocional y social (Antoniou, P., 2009).

3. Expresión emocional y proyección del estado interno

El análisis de la expresión emocional en los dibujos se centra en detectar cómo los niños proyectan sus emociones y estados internos a través de los elementos gráficos. Los rasgos emocionales proyectados pueden manifestarse de distintas formas, desde la actitud general del dibujo hasta los símbolos específicos incluidos en él. (Deguara, J., & Nutbrown, C., 2018).

El tono emocional general del dibujo puede reflejar el estado de ánimo del niño al momento de realizarlo. Un dibujo con un tono alegre puede indicar que el niño ve la espera como una situación menos problemática, mientras que un tono triste o agresivo podría señalar frustración o ansiedad asociada con la espera. Un tono neutro puede sugerir una indiferencia o una falta de emoción fuerte frente a la situación (Dylman, 2020).

Los rasgos emocionales proyectados, como el miedo, la ansiedad, o la esperanza, son claves para entender cómo el niño vive la espera. (Quaglia, R. et., 2015). Elementos en los dibujos, como personajes con expresiones faciales tensas o el uso de colores oscuros, pueden ser señales de miedo o ansiedad. En contraste, la presencia de símbolos de esperanza, como figuras de apoyo o elementos reconfortantes, puede reflejar una actitud más positiva o resiliente frente a la espera. (Catte, M., & Cox, M. V., 1999).

Finalmente, los símbolos temporales también juegan un papel importante. Elementos como relojes, puertas cerradas o caminos pueden ser representaciones directas de la espera. Un reloj puede indicar la percepción del paso del tiempo, mientras que las puertas cerradas pueden simbolizar una sensación de estar atrapado o en espera de algo (Brechet, C., 2014). Los caminos pueden representar la idea de un futuro incierto o de movimiento hacia algo, lo que refleja una expectativa de lo que vendrá.

Este análisis permite interpretar no solo las emociones evidentes en el dibujo, sino también cómo los niños perciben y proyectan sus experiencias internas relacionadas con la espera.

4. Contextualización y triangulación

El análisis de los dibujos de los niños puede enriquecerse significativamente al complementar la información obtenida con otras fuentes contextuales, lo que permite una comprensión más completa y profunda de sus emociones y pensamientos.

Las entrevistas son fundamentales para entender el significado que los niños atribuyen a lo que han representado. Observar cómo el niño se comporta mientras dibuja —si muestra entusiasmo, inseguridad, frustración o tranquilidad— puede ofrecer información crucial sobre sus emociones y estado interno. Los comentarios espontáneos que el niño haga, como “No sé qué dibujar” o “Esto no me gusta”, pueden ser indicativos de bloqueos emocionales o dificultades para expresar ciertos sentimientos. La actitud general del niño frente al dibujo también puede reflejar aspectos emocionales importantes.

La triangulación de esta información, es decir, combinar los datos obtenidos en las entrevistas, la observación durante el dibujo y el contexto en el que el niño se encuentra, proporciona una visión más completa y precisa de las emociones y experiencias que el niño está viviendo (Farokhi, M., & Hashemi, M., 2011). Esto permite una interpretación más profunda y contextualizada de los dibujos, ayudando a comprender mejor cómo percibe y maneja el niño situaciones como la espera o cualquier otra experiencia relevante en su vida (Mitchell, L. M., 2006).

Consideraciones éticas

En este estudio con niños, se adoptarán todas las medidas necesarias para proteger su bienestar. Primero, se solicitará el consentimiento informado de los padres o tutores, quienes deben autorizar explícitamente la participación de sus hijos. Además, se explicará el propósito y desarrollo de la investigación a los niños de manera clara y adecuada para su edad, pidiéndoles también su asentimiento para participar. Se garantizará la privacidad y el anonimato, evitando la recolección de datos personales o información que pueda identificarlos. Durante la actividad, se prestará especial atención al bienestar de los niños, deteniendo cualquier procedimiento si algún niño se siente incómodo o decide no continuar. Finalmente, se asegurará que la participación sea completamente voluntaria, sin ningún tipo de presión o coacción hacia los niños.

Recompensa y reconocimiento

Al finalizar, como forma de agradecer por su participación y tiempo, se les otorgará una medalla simbólica, le hemos puesto el nombre de “Medalla de la espera”, por su implicación y dedicación. Este gesto permite acabar esta pequeña experiencia con cada niño, con un ambiente cálido, acogedor, generando en los niños un recuerdo amable. Cabe destacar que la recompensa no estuvo condicionada al tipo de dibujo realizado o a las respuestas dadas en las entrevistas, sino que fue un reconocimiento igualitario para todos los niños que participaron, valorando su tiempo, su creatividad y su confianza en el proceso.

6. Análisis de datos y resultados

Antes de adentrarnos en la interpretación individual de cada uno de los dibujos obtenidos de la muestra seleccionada, queremos destacar algo muy interesante; la diversidad de contextos de espera que son situaciones cotidianas del día a día, lo cual pone en manifiesto que la espera es una experiencia presente en múltiples aspectos de la vida diaria. Desde esperar a los padres, familiares o amigos, hasta esperar en una consulta médica, parada de autobús, etc. Cada dibujo nos ofrece una perspectiva personal y única sobre el concepto de espera. Esta variedad no solo enriquece el análisis posterior, sino que también reafirma la importancia de atender a cómo los niños experimentan el tiempo y las emociones asociadas a este tipo de situaciones.

DIBUJO 1: CR7



Dibujo realizado por "Niño 1". Fuente: Elaboración propia

En su dibujo, representa una situación de espera durante un partido de fútbol, donde aparece esperando a que el portero se prepare para chutar la pelota. Mientras aguarda su turno, se siente cabreado y con muchas ganas de chutar, ya que quiere saber de inmediato si marcará gol o no. Explica que lleva mucho tiempo jugando al fútbol y que, al haber muchos jugadores en el equipo, las rotaciones son más largas, por lo que su turno tarda en llegar. Mientras espera se prepara para cuando le toque actuar.

1. Análisis formal

Líneas: Trazos fuertes y decididos, especialmente donde dibuja su propia figura y el balón. Se nota que ha repasado algunas líneas, como queriendo destacar la acción de chutar ("para que yo la chute").

Tamaño: Su figura es grande y centrada, ocupando casi todo el espacio del papel ("*soy yo cuando estoy esperando el portero*"). El balón es más pequeño pero está justo delante de su pie, como si estuviera a punto de patearlo.

Colores: Podemos notar que utiliza una paleta de colores inspirada en el fútbol: el rojo en la camiseta, tal como él mismo menciona en la entrevista (*'la camiseta de Ronaldo, la de Portugal'*). Aun así, la gama de colores se mantiene bastante limitada, sin presencia de muchos otros tonos.

Composición: Dibuja solo lo esencial: el balón, el portero y él. No hay otros jugadores, aunque dice que *"somos muchos"*, quizá porque en ese momento solo importa su turno, típica perspectiva egocecntrica de la etapa preoperacional.

2. Análisis simbólico

Lugar en la escena: Él es el protagonista absoluto. El portero está más lejos y más pequeño, como si no fuera tan importante (*"esperando mi turno y al portero para que se prepare y poder chutar"*).

Emociones expresadas: Enfado: Lo dice claro: *"Cabreado, tengo ganas de chutarla ya"*. En el dibujo, su postura es tensa, como a punto de explotar. Impaciencia: El balón está dibujado con líneas rápidas, como si ya lo hubiera pateado mentalmente. Su enfado e impaciencia coinciden con la teoría de Wittmann & van Wassenhove (2009), donde las emociones intensas distorsionan la percepción del tiempo (*"tarda en llegar mi turno"*).

Cómo vive la espera: Vive la espera como un tiempo muerto que le molesta (*"tarda en llegar mi turno"*), pero que sabe que tiene que aguantar, podemos ver percepción subjetiva del tiempo (Hui & Tse, 1996).

Estrategias: Aunque no se refleja en el dibujo, él menciona que *"puedes jugar con una piedra como si fuese la pelota"*, una forma de hacer pasar el tiempo de manera más amena, una táctica de autoregulación emocional (Droit-Volet et al., 2013, p. 24). Además, señala que su estrategia es "prepararme", lo que indica que aprovecha ese tiempo para concentrarse y estar listo para lo que viene.

3. Expresión emocional y proyección del estado interno

Tono emocional: Se nota que está *"cabreado"* por cómo ha dibujado su figura (grande, con brazos y piernas en posición de ataque). El rojo de la camiseta refuerza esa idea de energía y enfado.

Reconocimiento emocional: Sabe lo que siente (*"cabreado"*) y por qué (*"quiero chutar ya"*). No le da miedo decirlo.

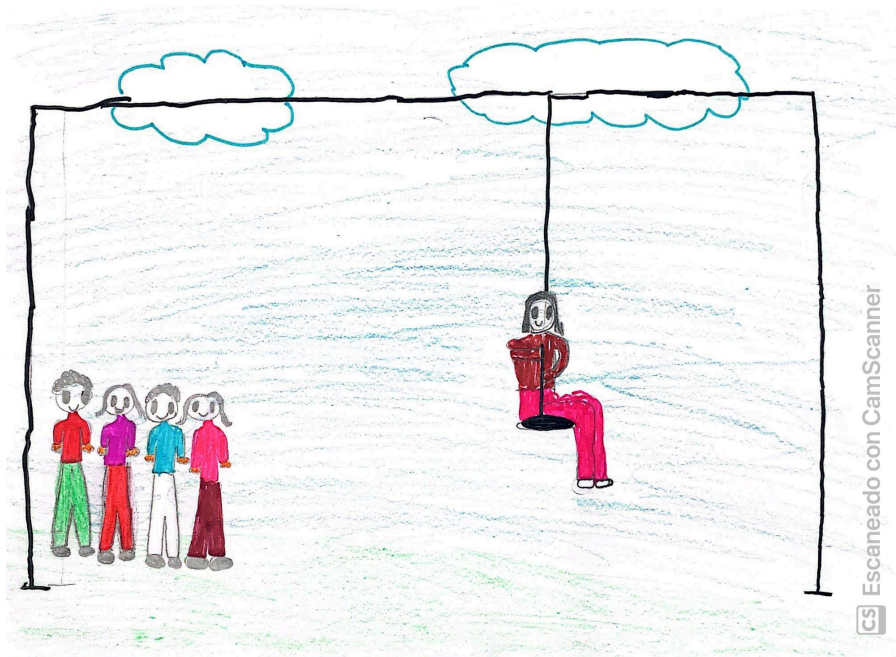
Relación con el entorno: En el dibujo, aparece solo frente al portero (aunque no está dibujado, se entiende que está allí). Sin embargo, en la entrevista menciona que *"somos muchos"*, lo que muestra que, aunque tiene varios compañeros a su alrededor, en ese momento solo se enfoca en él mismo y en su turno. Parece que, por un momento, todo lo demás deja de importar.

4. Contextualización y triangulación

Coherencia: El dibujo refleja perfectamente lo que él cuenta: es una escena de fútbol en la que está esperando para chutar ("*esperando al portero para chutar*"). Su sentimiento de enfado, de sentirse "cabreado", se transmite claramente a través de su postura y los colores utilizados. Aunque menciona que hay más niños, el dibujo se enfoca solo en lo esencial, porque está centrado en su momento, en lo que está por suceder.

Reflexión y solución: La espera se vuelve larga debido a que hay muchos jugadores y las faltas constantes retrasan el juego. Para evitar la frustración, él se prepara mentalmente y se inventa juegos como jugar con una piedra para hacer que el tiempo pase más rápido. Aunque inicialmente prefiere que haya menos jugadores, finalmente parece aceptar la situación y adaptarse a ella, comprendiendo que es parte del juego. El dibujo captura justo esa mezcla de emoción, impaciencia y control.

DIBUJO 2: LA TIROLINA



Dibujo realizado por "Niño 2". Fuente: Elaboración propia.

En su dibujo, representa una situación de espera en el parque, donde aparece como la tercera en la fila para montarse en la tirolina. Mientras espera su turno, siente rabia y muchas ganas de subirse ya. Para sobrellevar la espera, habla con sus compañeras y se distrae jugando con ellas. Ella explica que va frecuentemente al parque los sábados y domingos, días en los que hay mucha gente, lo que hace que la espera sea más larga.

Como solución, propone que haya más tirolinas en el parque, ya que así no tendrían que esperar tanto como cuando solo hay una disponible.

1. Análisis formal

Líneas: El dibujo presenta líneas definidas y seguras, lo que sugiere claridad en la representación de la escena. Las figuras humanas están delineadas con trazos firmes, destacando su posición en la fila. Las líneas de la tirolina y el parque son simples pero efectivas, indicando una comprensión clara del entorno.

Tamaño del dibujo: El dibujo ocupa un espacio moderado en la hoja, sin llegar a ser demasiado grande ni pequeño. Las figuras principales (ella y sus amigas) tienen un tamaño proporcional, lo que refleja una percepción equilibrada de la situación.

Colores: Los colores utilizados son vivos, reflejando el ambiente dinámico de un parque. Si predominan tonos cálidos (como rojos o naranjas), podrían asociarse a la impaciencia o energía que ella menciona, se sentía con rabia y pensaba para sí misma: '*¡que se baje ya!*', deseando con ansias poder subirse. Hay azules o verdes, que representan el entorno del parque.

Composición y cantidad de elementos: La composición es organizada: la tirolina aparece como elemento central, con una fila de niños esperando. Se dibuja como la tercera en la fila, ("*soy la tercera*").

2. Análisis simbólico

Lugar en la escena: El parque (mencionado como "*el parque del Simply en Misericordia - Reus*") es un espacio de ocio, pero en este caso se convierte en un escenario de espera. La tirolina simboliza diversión, pero también frustración debido a la demora.

Emociones expresadas: Expresa claramente rabia e impaciencia: "*Con rabia... esperando mi turno sí*". Su "rabia" durante la espera ilustra cómo la incertidumbre temporal (no saber cuánto durará la fila) intensifica emociones negativas (Hui & Tse, 1996). Aunque su timidez dificulta la expresión, logra verbalizar su malestar, lo que muestra un avance en su desarrollo emocional (Vygotsky).

Cómo vive la espera: Para ella, la espera es un tiempo incómodo que intenta acortar distrayéndose: "*hablo con mis amigas... así pasa el tiempo más rápido*". Esto sugiere que la espera activa su frustración, pero también su capacidad para buscar soluciones prácticas.

Estrategias para sobrellevarlo: Para sobrellevar la situación, recurre a la distracción jugando con sus amigas al "*piedra, papel o tijera*" o simplemente conversando, lo que le

ayuda a pasar el tiempo. Además, demuestra su capacidad de pensar en soluciones al proponer más tirolinas para evitar las colas, sugiriendo que *"haya muchas... así esperamos menos"*, lo que refleja un enfoque práctico y crítico ante la espera.

3. Expresión emocional y proyección del estado interno

Tono emocional del dibujo: El tono general combina la emoción de jugar en el parque con la tensión de la espera.

Reconocimiento emocional: Ella identifica y verbaliza sus emociones con claridad (*"rabia"*), lo que indica autoconocimiento.

Relación con el entorno: Muestra una interacción social activa (*"hablar con mis amigos"*), pero el entorno físico (la única tirolina) actúa como limitante. Su propuesta de más tirolinas revela una visión práctica para mejorar su experiencia.

4. Contextualización y triangulación

Coherencia: Hay coherencia entre el dibujo y su discurso, ya que ambos resaltan los mismos elementos clave. Primero, la espera en la fila, que se refleja tanto en su expresión como en lo que menciona. Luego, la tirolina, que aparece como un objeto de deseo y frustración, ya que representa algo que anhela pero que está fuera de su alcance. Finalmente, la interacción social, como estrategia de afrontamiento, se destaca en el dibujo y en su discurso, ya que juega con sus amigas y conversa para sobrellevar la espera y la frustración.

Reflexión y solución: *"Si hay muchas [tirolinas], pues así esperamos menos"* sintetiza su deseo de controlar el tiempo de espera, un concepto abstracto que logra plasmar tanto en el dibujo como en su explicación, donde no solo describe el problema, sino que también propone una solución concreta, demostrando su capacidad de análisis y creatividad.

DIBUJO 3: LA LAVANDERÍA



Dibujo realizado por "Niño 3". Fuente:Elaboración propia.

En su dibujo representa una lavandería, las personas que aparecen en el dibujo son ella y sus padres sentados esperando el turno, porque todas las lavadoras estaban ocupadas. Nos comenta que no le gusta esperar pero que ya se ha acostumbrado, aceptando que la espera forma parte de su vida, ya que es algo que experimenta en diversas situaciones diarias. Mientras esperaba se sentía tranquila y bien, porque entiende que hay que respetar los turnos y ser paciente. Además, reflexiona sobre el hecho de que enfadarse no cambia la situación, sino que, por el contrario, considera que es mejor esperar con calma para evitar conflictos, enfados o problemas. Su actitud muestra una aceptación madura de la espera como algo inevitable, optando por la tranquilidad como forma de gestionar estas situaciones.

1. Análisis formal

Líneas: El dibujo presenta líneas claras y organizadas, reflejando una escena estructurada: la lavandería con personas esperando. Las figuras (ella y sus padres) están bien definidas, lo que sugiere una representación consciente de la situación.

Tamaño del dibujo: El dibujo ocupa un espacio equilibrado en la hoja. Las figuras son proporcionales, sin elementos que destaquen en exceso, lo que podría simbolizar su percepción de igualdad en la espera ("*todos los usan y no tenemos que enfadarnos*").

Colores: Utiliza colores llamativos, como el lila que es su favorito para dibujar los contornos de las lavadoras y en las prendas de ropa de ella y de sus padres.

Composición y cantidad de elementos: El elemento central son las lavadoras ocupadas, que justifican la espera. Las figuras humanas, ella y sus padres, están sentados en una postura de espera, reflejando la situación. El contexto es minimalista, centrado en la acción principal —la cola— sin incluir distracciones que desvíen la atención del momento.

2. Análisis simbólico

Lugar en la escena: La lavandería simboliza una rutina cotidiana donde la espera es inevitable. Ella lo normaliza: *"siempre tendrás que esperar en todos lados"*, "ya me he acostumbrado", ilustra cómo la exposición repetida a situaciones de espera reduce la ansiedad (Hui & Tse, 1996).

Emociones expresadas: La niña transmite una actitud serena ante la espera. Expresa tranquilidad al decir que se siente "muy tranquila", mostrando una aceptación madura de la situación con frases como *"es algo que también tenemos que respetar"*. Además, adopta una postura de resignación positiva al afirmar que "no tenemos que enfadarnos solo por una cosa... que es fácil de esperar", demostrando comprensión y paciencia frente a un momento que para otros podría ser frustrante. Esto coincide con Droit-Volet et al. (2016): los niños que normalizan la espera desarrollan mayor tolerancia.

Cómo vive la espera: Para ella, la espera es un acto de paciencia y respeto. No la angustia, sino que la integra como parte de la vida: *"esperar es bueno... yo lo mejor que tengo es esperar"*.

Estrategias para sobrellevarlo: Reflexión: Entiende que enfadarse empeora las cosas (*"si te enfadas hay más problemas"*). Normalización: La asocia a experiencias previas (ej. escuela). Filosofía de vida: Vincula la paciencia con la armonía social (*"no queremos guerras ni problemas"*).

3. Expresión emocional y proyección del estado interno

Tono emocional del dibujo: El tono es sereno y ordenado, acorde con su discurso. La disposición de las figuras (sentadas, en calma) refuerza su actitud pacífica.

Reconocimiento emocional: Ella identifica claramente sus emociones y las regula: *"Te sientes bien... porque es algo que también tenemos que respetar"*. Esto sugiere una inteligencia emocional desarrollada para su edad.

Relación con el entorno: Muestra adaptación al contexto social ("*todos los usan*") y una visión comunitaria: la espera como acto colectivo, no individual, respaldando de esta manera la teoría de Vygotsky sobre el rol del entorno social en el desarrollo cognitivo.

4. Contextualización y triangulación

Coherencia: Tanto el dibujo como la entrevista reflejan la espera como una situación normalizada y asumida con calma. En ambos casos, se transmite una sensación de tranquilidad y aceptación. Su discurso es coherente y consistente, centrado en el respeto hacia los demás y en la importancia de evitar conflictos, reforzando un enfoque sereno y reflexivo ante la situación.

Reflexión y solución: A diferencia de otros casos, no propone cambios físicos en el entorno, sino una solución basada en la actitud. Su enfoque se centra en cómo afrontar la situación desde lo personal, y lo resume con la frase clave: "*Esperar es bueno... si te enfadas hay más problemas*". Esta afirmación refleja una conclusión implícita: la paciencia es una herramienta fundamental para la convivencia y para evitar conflictos en momentos de espera. El dibujo y su entrevista reflejan una madurez emocional poco común, basada en la aceptación, la empatía y la paz como formas de afrontar la espera. Su frase "No queremos guerras ni problemas, por eso esperar es bueno" resume una visión solidaria influida por su educación en valores.

DIBUJO 4: MERCADONA



CS Escaneado con CamScanner

Dibujo realizado por "Niño 4". Fuente: Elaboración propia.

Representa en su dibujo una situación de espera en el Mercadona, donde ella y su padre esperaban su turno para pagar. Aunque no va frecuentemente al supermercado, recuerda esta ocasión como una espera larga y desagradable. En la ilustración, muestra a un señor delante de ellos con un carro lleno, mientras que ellos llevaban pocos artículos, algo que refleja mediante el contraste en el tamaño de las cestas. Durante la espera, ella experimentó rabia y molestia, preguntándose por qué tenía que esperar tanto teniendo tan pocos productos. Reconoce que no le gusta esperar y que la situación le resultó frustrante. Para sobrellevarla, recurrió a estrategias de distracción como observar el entorno, contar los azulejos del suelo o entretenerse con un juego que siempre lleva consigo. Como propuesta de mejora, sugiere que en ocasiones podría pedir educadamente a la persona que va delante que le permita pasar al llevar menos artículos.

1. Análisis formal

Líneas: El dibujo presenta trazos firmes y definidos, con contornos claros en las figuras humanas y los elementos clave (carritos de compra). Las líneas son más marcadas en el carro grande del señor que está delante, lo que podría reflejar la importancia que le da a este elemento en su experiencia de espera. (Malchiodi, 1998)

Tamaño del dibujo: El dibujo ocupa un espacio equilibrado en la hoja. El carro grande del señor destaca visualmente, mientras que el carrito pequeño de ella y su padre aparece en segundo plano, reforzando la sensación de desigualdad que ella menciona.

Colores: En el dibujo, utilizó colores concretos con un significado claro. Pintó su propio carrito de color rosa, un tono que refleja su perspectiva infantil y vulnerable durante la situación de espera. Este color contrasta notablemente con el gris metálico que empleó para representar el carro grande del señor que tenía delante.

Composición y elementos: El elemento central, la fila para pagar, con el señor del carro grande como figura principal. Detalles significativos a destacar la diferencia de tamaño entre los carritos es el foco del dibujo, ilustrando claramente su frustración. El entorno minimalista, centrado en la acción principal (la espera), posiblemente con algunos detalles como estanterías o el suelo (que menciona contar).

2. Análisis simbólico

Lugar en la escena: El Mercadona representa un espacio cotidiano donde la espera es obligatoria y, en este caso, percibida como injusta ("*nos habíamos tardado un montón*").

Emociones expresadas: Podemos ver frustración y rabia: "*Estaba enfadada*" y la impaciencia: "*¿Por qué esperar tanto con pocos productos?*". Wittmann (2013)

Cómo vive la espera: Para ella, la espera es un tiempo incómodo que intenta hacer más llevadero mediante distracciones, pero que le genera claras emociones negativas.

Estrategias para sobrellevarlo: Podemos ver distracción sensorial, como por ejemplo observar a las personas o contar azulejos ("*Me distraigo contando los azulejos del suelo*"). También hace uso de objetos, juega con algo que lleva consigo una especie de juguete que le es muy útil para la espera estos dos son mecanismos de autorregulación emocional (Droit-Volet et al., 2016). También aparece una conducta proactiva ("*decirle si puedo pasar*"), podemos ver que sugiere al señor pasar educadamente lo que sugiere un intento de gestionar situaciones abrumadoras mediante la interacción.

3. Expresión emocional y proyección del estado interno

Tono emocional del dibujo: El dibujo transmite frustración e injusticia, especialmente a través del contraste entre los carritos. No hay elementos alegres o relajados; todo está centrado en la espera molesta.

Reconocimiento emocional: Ella identifica y expresa claramente su rabia ("rabia, sí"), pero también muestra capacidad para pensar en soluciones.

Relación con el entorno: Ella se siente a merced de los demás (el señor del carro grande), lo que aumenta su frustración. Sin embargo, propone una interacción social (pedir pasar) para mejorar la situación.

4. Contextualización y triangulación

Coherencia: El dibujo y la entrevista reflejan una vivencia de frustración o rabia ante situaciones percibidas como injustas, como la espera prolongada o las diferencias de trato (representadas simbólicamente en el dibujo por el contraste entre el carro grande y el pequeño).

Reflexión y solución: No solo describe su malestar, sino que propone una solución concreta: Frase clave: "*Decirle sí perdón, puedo pasar*". Muestra un aprendizaje social (saber que se puede negociar) y una alternativa realista.

DIBUJO 5: EL SUPERMERCADO



Dibujo realizado por "Niño 5". Fuente: Elaboración propia

En su dibujo, representa una situación de espera en el supermercado, donde aparece como la tercera persona en la cola, esperando para pagar. Expresa que se sentía enfadada durante la espera, algo que refleja a través de los rasgos faciales de su personaje en el dibujo. A ella no le gusta esperar, y su percepción del tiempo varía según la cantidad de personas que tenga delante: si hay muchas, la espera se le hace larga, mientras que si son pocas, la percibe como más corta. Para sobrellevar la espera, nos cuenta que intenta distraerse mirando los productos que hay alrededor. Como posibles mejoras, propone dos soluciones: que las cajeras trabajen más rápido o que haya más cajeros abiertos para agilizar el proceso y reducir el tiempo de espera.

1. Análisis formal

Líneas: Las líneas son rectas, firmes y continuas. Esta firmeza en el trazo sugiere una representación clara y fácilmente comprensible. La escena transmite orden desde el primer momento proporcionando una buena visibilidad del contexto.

Tamaño y uso del espacio: El dibujo ocupa de manera equilibrada la hoja, con las figuras humanas organizadas en fila, lo que refuerza la idea de espera y estructura. La palabra "supermercado" aparece destacada en la parte superior, aportando un contexto explícito y central a la escena. Siendo este el lugar en que se ha dado la situación dando a entender que es algo habitual que todos podemos experimentar.

Color: El color dominante es el morado, que se aplica de forma general y que puede interpretarse como una representación del estado emocional vinculado a la espera y al malestar que esta le provoca, utilizando el rojo de forma puntual como color llamativo para resaltar la palabra “supermercado”, destacando el lugar donde ocurre la situación. Este contraste entre el lila y el rojo permite identificar con claridad tanto el contexto como el tono emocional de la escena, con una intención expresiva clara aunque contenida.

Elementos representados: La escena incluye personas en fila, una caja registradora, productos y estanterías. Cada elemento está bien posicionado y cumple una función dentro de la narrativa visual.

2. Análisis simbólico

Lugar en la escena: El niño se representa a sí mismo como la tercera persona en la fila, lo cual implica una espera visible, pero no extrema. Su posición intermedia en la fila puede reflejar que está limitada al ritmo de los demás sobre el cual no tiene control, dependiendo de las personas que tiene delante y del ritmo de movimiento y avance de la cola.

Emociones expresadas: El personaje muestra una expresión facial de molestia o enfado, acorde con lo que verbaliza: *“Un poco enfadada porque como que no me gusta mucho esperar.”* La emoción no está amplificadas ni dramatizada, lo que indica una percepción realista del malestar.

Cómo vive la espera: Verbaliza claramente su vivencia de la espera como molesta: *“Una espera muy larga de unas personas delante mío haciendo la compra.”* También se percibe una subjetivación del tiempo: la espera se siente más larga debido a la presencia de muchas personas por delante.

Estrategias de afrontamiento

Menciona una estrategia muy común y adaptativa para sobrellevar la situación: *“Pues mirando productos que están al lado de la caja.”* Además, piensa en soluciones prácticas para evitar este malestar: *“Pues que las cajeras fueran más rápidas. O que haya más cajas abiertas.”* Esto muestra pensamiento reflexivo y orientación a la mejora del entorno, más allá de la simple queja.

3. Expresión emocional y proyección interna

Tono emocional general: Aunque el dibujo representa una escena molesta, no hay caos, agresividad ni dramatización. Esto indica que la emoción está presente pero contenida, mostrando una buena capacidad de tolerancia a la frustración cotidiana.

Reconocimiento emocional: Identifica y nombra su emoción sin ambigüedad ni exageración. (*“Un poco enfadada.”*). Este reconocimiento y expresión directa reflejan una autorregulación emocional adecuada, así como una comprensión clara del origen del malestar.

Relación con el entorno: La presencia de otras personas y la representación de una situación compartida; una cola en el supermercado, indican que no se siente sola o aislada, sino como parte de una situación común. No se perciben conflictos interpersonales, sino una crítica al sistema (lentitud, falta de personal), lo cual es una proyección madura de su incomodidad.

4. Contextualización y triangulación

Coherencia: La coherencia entre lo dibujado y lo narrado es clara y sólida. Tanto en la imagen como en sus palabras, expresa frustración ante una espera prolongada pero lo hace desde una postura reflexiva y comprensible.

Reflexión y solución

Además de describir el problema, aporta soluciones realistas y útiles, lo que revela una actitud activa ante la adversidad cotidiana. Sus frases muestran pensamiento crítico: (*“Que haya más cajas abiertas.”*)

DIBUJO 6: MERCADONA



El “Niño 6” representa en su dibujo una situación cotidiana donde debe esperar a su madre mientras ella hace la compra. Aunque no le gusta especialmente esperar, en este caso la espera no se le hace larga porque su madre suele comprar pocas cosas y el tiempo pasa rápido.

Dibujo realizado por “Niño 6”. Fuente: Elaboración propia

Mientras espera sentado en un banco o en el parque, se distrae observando su entorno o jugando. Nos explica que la espera resulta más llevadera cuando está acompañado de amigos o familiares, ya que la compañía hace que se distraiga y no sienta que está esperando. Su estrategia clave es convertir la espera en un momento divertido, transformando lo que podría ser aburrido en una experiencia más amena.

1. Análisis formal

Líneas: Las líneas son simples, rectas para los objetos como el banco y el supermercado, y más suaves en el dibujo del niño. Se nota que son trazos típicos infantiles, con espontaneidad.

Tamaño del dibujo: El supermercado ocupa la parte superior y el niño aparece en la parte inferior, llamando la atención. El personaje tiene un tamaño grande en relación al entorno, lo que indica que es el centro de la escena y tiene importancia para él.

Colores: Usa colores vivos y planos: rojo en el banco, verde en el letrero de "Mercadona", azul en su ropa y marrón para su piel. Son colores claros, sin sombreado, que muestran una expresión directa.

Composición y cantidad de elementos: Hay pocos elementos: supermercado, banco, niño y arbustos. Esto hace que sea fácil entender la escena y centrar la atención en lo principal: la espera.

2. Análisis simbólico

Lugar en la escena: Se representa sentado en un banco, justo frente al supermercado. Esto simboliza su rol pasivo, como él dice: "yo espero fuera mientras mi madre compra".

Emociones expresadas: Aunque no está sonriendo mucho, su cara se ve tranquila. Él mismo dice que "*me sentía bien*" porque su madre "*no tarda mucho*".

Cómo vive la espera: Dice que no le gusta mucho esperar ("*la verdad, no*"), pero también explica que "*como mi madre compra pocas cosas, el tiempo pasa rápido*". Así que su experiencia no es negativa, modula su experiencia subjetiva (Wittmann, 2013).

Estrategias para sobrellevarlo: Menciona que "*voy viendo a la gente o juego*", lo que muestra que busca entretenerse. También propone una solución emocional: "*si estuviera con un familiar o amigo me divertiría más*", alinea con estudios sobre cómo la compañía reduce la percepción negativa del tiempo (Koomen & Herrmann, 2020).

3. Expresión emocional y proyección del estado interno

Tono emocional del dibujo: Es un dibujo tranquilo. No hay signos de frustración ni tristeza. La escena transmite normalidad y calma.

Reconocimiento emocional: Él sabe que no le gusta esperar, pero lo dice con naturalidad. También entiende que estar acompañado mejoraría la experiencia, lo cual muestra que reconoce cómo se siente.

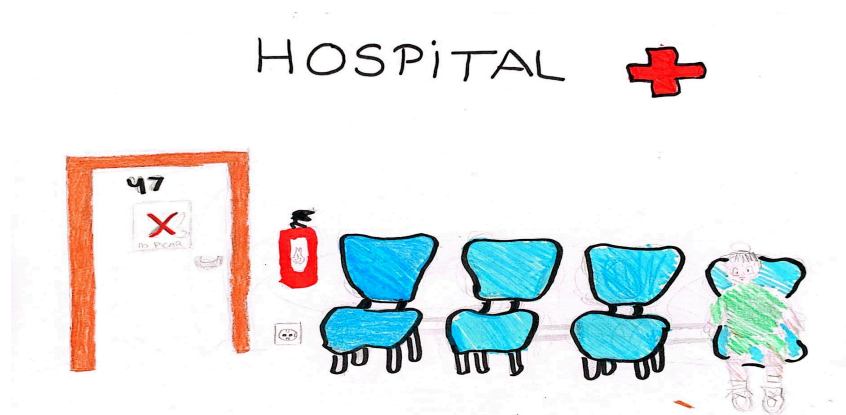
Relación con el entorno: El niño aparece en un lugar real, conocido por él: “Mercadona”. Esto refuerza que es una experiencia personal, auténtica y habitual.

4. Contextualización y triangulación

Coherencia: Lo que cuenta en la entrevista está claramente reflejado en el dibujo. Dibuja lo que vive: “espero en el banco mientras mi madre entra a comprar”.

Reflexión y solución: Propone una solución emocional muy clara: “estar con algún familiar o amigo” para no aburrirse. No intenta cambiar el lugar, sino mejorar la experiencia compartiéndola. El dibujo muestra una situación cotidiana vivida con calma. Aunque reconoce que “no le gusta mucho esperar”, dice que “el tiempo pasa rápido” si su madre no tarda. Usa pequeñas estrategias como mirar alrededor o jugar para distraerse. Además, propone una solución emocional sencilla pero efectiva: estar acompañado para “divertirse más mientras espera”. Su experiencia refleja tranquilidad, buena autorregulación y una forma positiva de enfrentar momentos pasivos.

DIBUJO 7: HOSPITAL



Dibujo realizado por “Niño 7”. Fuente: Elaboración propia.

Plasma en su dibujo una situación de espera en el hospital, aunque no acude con frecuencia, siempre que va le toca esperar durante mucho tiempo en la sala de espera, lo que le genera aburrimiento, cansancio. Su dibujo transmite la monotonía de la espera en un entorno hospitalario. Como solución, propone una medida práctica; aumentar la disponibilidad de personal médico para atender a los pacientes con mayor rapidez. Esta mejora reduciría no solo su malestar personal, sino también el de otras personas en su misma situación.

1. Análisis formal

Líneas: Las líneas del dibujo son claras, firmes y continuas, lo que refleja un buen control del trazo y una ejecución segura. La firmeza del trazo, especialmente en los objetos, sugiere una mente estructurada y un esfuerzo por representar con precisión el entorno: *“me he dibujado en los típicos bancos del hospital”*.

Tamaño del dibujo: El dibujo utiliza bien el espacio, con una distribución proporcionada. No hay sobrecarga ni vacíos extremos, aunque la figura del niño está algo aislada, lo cual puede reflejar cómo él percibe su posición emocional en ese entorno: apartado, esperando solo, sin estímulos. Esta disposición es coherente con su frase: *“cuando voy me aburro muchísimo”*.

Uso del color: Se emplean principalmente colores fríos; azul para las sillas, y algunos cálidos; rojo en el extintor y marrón para la puerta. La dominancia de tonos fríos y neutros puede simbolizar aburrimiento, frialdad o distanciamiento emocional respecto al entorno hospitalario.

Composición espacial: El dibujo está ordenadamente estructurado: la fila de sillas, la puerta con su número, el extintor, todo está en su sitio. Esto refleja una visión clara y reconocible del espacio, pero también una escena estática y sin interacción. La simetría y rigidez en la composición acentúan la sensación de monotonía.

Cantidad de elementos: El dibujo incluye lo esencial: puerta, sillas, extintor, figura humana. No hay elementos adicionales que alivien o distraigan la espera. Esto coincide con su comentario: *“Estoy muy aburrido. Me canso mucho la verdad”*, y muestra falta de estrategias activas para sobrellevar la espera.

2. Análisis simbólico

Figuras humanas: Solo se representa a sí mismo, lo cual refuerza una sensación de aislamiento. La figura está bien definida, aunque sin demasiados detalles expresivos. La posición en un extremo de la fila y la ausencia de otros personajes pueden interpretarse como una experiencia solitaria. Esto es coherente con su frase: “*Suelo ir poco, pero cuando voy me aburro muchísimo*”.

Narrativa representada: El dibujo representa una escena concreta y realista: la espera en una sala de hospital. No se percibe dramatismo, pero sí una representación plana, pasiva. La narrativa se centra en la sensación de espera prolongada sin actividad. Él mismo menciona: “*Estoy muy aburrido*”, dando a entender que su percepción del tiempo es larga.

Relación entre elementos: Los elementos están bien organizados pero no hay conexión emocional o funcional entre ellos. La figura humana no interactúa con el espacio ni con otros personajes, lo que simboliza una espera pasiva y solitaria, sin apoyo ni estímulo del entorno.

3. Expresión emocional y proyección interna

Tono emocional: El tono general del dibujo es plano y estático, transmitiendo una sensación de aburrimiento e inmovilidad. No hay expresiones faciales detalladas ni acciones visibles, lo cual coincide con su verbalización: “*Estoy muy aburrido*”.

Emociones proyectadas: Las emociones que verbaliza (aburrimiento, cansancio) están bien reflejadas en el dibujo: soledad, postura pasiva. No hay elementos que indiquen enfado, miedo o tristeza intensa, sino un malestar leve pero constante.

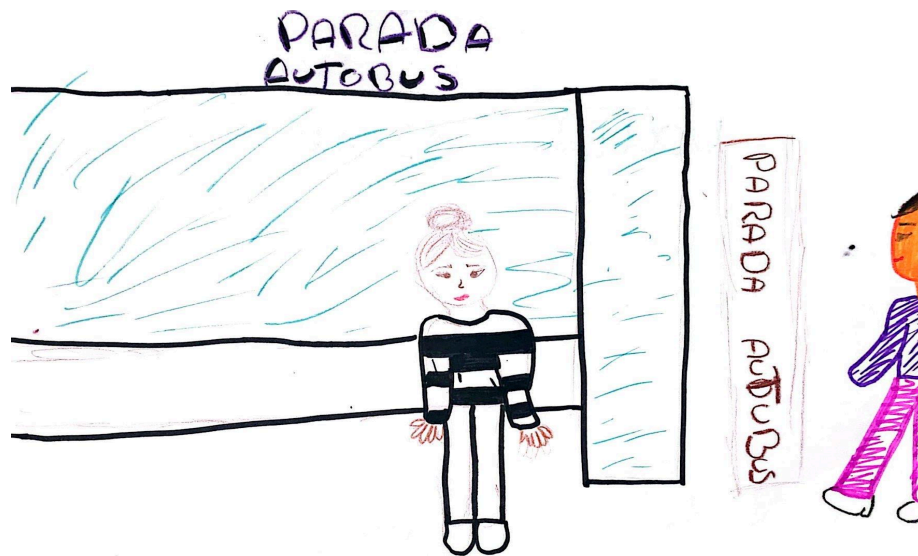
Símbolos del tiempo o espera: Aunque no se representan relojes ni colas, toda la escena es una metáfora del tiempo detenido. El hecho de que diga: “*me gustaría que hubiese más habitaciones dentro del hospital*” muestra una comprensión estructural del problema: no es solo que espera, sino que el sistema no está optimizado, lo cual prolonga innecesariamente el tiempo de espera.

4. Contextualización y triangulación

Coherencia: Mediante el dibujo y la entrevista se muestra que tiene claro lo que representa y lo explica de manera directa: “*me he dibujado en los típicos bancos del hospital*”. Su narración es coherente con lo que se ve: un entorno médico, estático, sin actividad ni compañía.

Contexto personal y vivencia emocional: La escena que representa no es imaginaria ni exagerada. Es una experiencia real y cotidiana, vivida con molestia pero sin ansiedad. La falta de elementos de afrontamiento puede reflejar una vivencia algo pasiva ante la espera, sin herramientas emocionales o materiales para gestionarla. Sin embargo, la crítica constructiva que ofrece —“*más habitaciones dentro del hospital*”— muestra que es consciente del problema y tiene capacidad de análisis funcional, lo que apunta a cierta madurez cognitiva, aunque emocionalmente no lo gestiona de forma activa.

DIBUJO 8: YO EN LA PARADA DE AUTOBÚS



Dibujo realizado por “Niño 8”. Fuente: Elaboración propia

El dibujo realizado por la “Niña 8” representa una escena que vive de forma cotidiana; la espera en una parada de autobús, esta situación forma parte de su rutina habitual, ya que utiliza con frecuencia el transporte público. Ella justifica que el retraso del autobús es debido al tráfico, ya que la zona donde reside suele ser muy transitada. Durante el tiempo de espera, ella se siente aburrida y el tiempo se le pasa muy lento, entonces ella recurre a diferentes estrategias para reducir esa sensación de espera prolongada; hablar con otras personas que también están esperando, entretenerse con el móvil o ir momentáneamente al parque que se encuentra justo al lado de la parada.

1. Análisis formal

Líneas: Las líneas del dibujo son claras, firmes y continuas. Esto indica que la niña tiene buen control al dibujar y muestra una mente ordenada. Las líneas son algo gruesas, lo que puede significar energía o determinación. Además, como ella misma indica: “*He dibujado*

cuando yo esperaba en la parada de autobús porque el autobús tardaba mucho en llegar”, lo que muestra claridad en la intención del dibujo.

Tamaño del dibujo: El tamaño es proporcionado, usando bien el espacio disponible, sin exagerar ni dejarlo vacío. Este equilibrio espacial puede reflejar su capacidad para manejar emocionalmente la situación que representa.

Uso del color: Se emplean varios colores, tanto cálidos como fríos. Predominan los cálidos, que pueden transmitir energía o vitalidad, aunque también aparecen fríos, lo que refleja un cierto equilibrio emocional. Esta combinación puede reflejar una mezcla de emociones: el aburrimiento y la espera (*“Sí, sí, y por tráfico”*) junto con la disposición para sobrellevarla de forma creativa o activa.

Composición espacial: Los elementos están bien organizados. Se distingue claramente la marquesina, la parada, las personas. Esto indica que la niña tiene una imagen mental clara de la situación y sabe representarla con coherencia.

Cantidad de elementos: El dibujo muestra lo esencial: la parada, el banco, las personas. No está sobrecargado, lo cual centra la atención en el tema principal. El hecho de representar también a otras personas coincide con su frase: *“Hablo con otra gente o voy a un parque cercano”*, lo cual nos habla de su capacidad para relacionarse y afrontar la espera.

2. Análisis simbólico

Figuras humanas: Se representan al menos dos figuras, con formas completas y bien proporcionadas. No hay desproporciones llamativas, lo cual es señal de una percepción emocional equilibrada. No se observan signos de aislamiento: *“Hablo con otra gente”* refuerza esta impresión.

Narrativa representada: La escena representa una parte cotidiana de su vida: la espera en la parada del autobús. No se muestra como una situación especialmente conflictiva, sino aburrida: *“Me sentí aburrida. [...] y estaba enfadada también”*. El dibujo, sin embargo, transmite tranquilidad, lo que indica que aunque experimente emociones desagradables, las puede regular y representar sin dramatismo.

Símbolos emocionales: La marquesina puede representar protección. Que se dibuje sentada, como ella misma explicó, puede vincularse con una espera larga o cansada. *“Pasa*

muy lento el tiempo”, puede interpretarse como una naturalización de la experiencia: está acostumbrada y lo sobrelleva.

Relación entre elementos: Los personajes no están aislados; hay interacción potencial. Esto refuerza la idea de que ella se siente acompañada: *“Hablo con otra gente que también está esperando”*. También menciona estrategias como *“usar el móvil”* o *“ir al parque cercano”*, lo cual muestra una actitud resolutiva frente al aburrimiento.

3. Expresión emocional y proyección interna

Tono emocional: El dibujo es sereno. No hay elementos que indiquen ansiedad, miedo o tristeza. La expresión facial de los personajes es neutra, acorde con una emoción de aburrimiento más que de sufrimiento.

Emociones proyectadas

Ella verbaliza el aburrimiento: *“Aburrida”, “enfadada también”*, pero enseguida menciona alternativas para sentirse mejor: *“uso el móvil”, “hablo con otros”, “voy al parque”*. Esto sugiere una buena capacidad de autorregulación emocional.

4. Contextualización y triangulación

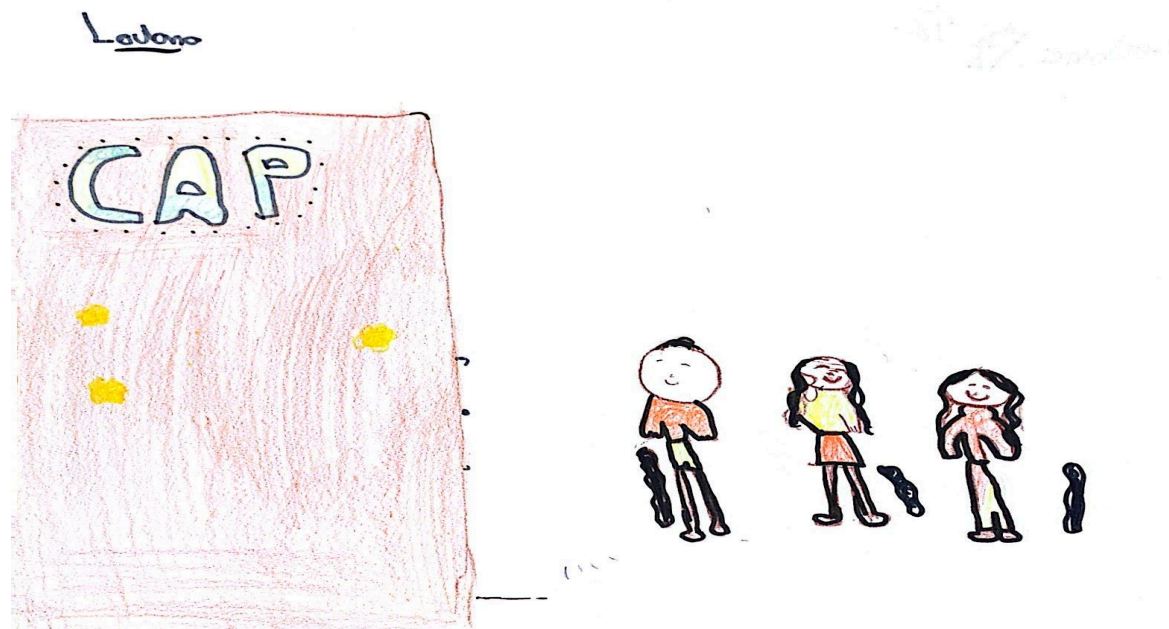
Coherencia entre dibujo, relato y conducta

La niña tiene muy claro lo que ha querido representar. Su explicación es coherente con lo que vemos en el dibujo y con su lenguaje corporal durante la entrevista, mostrando tranquilidad y disposición a hablar. *“Sí, suele pasar que el autobús llegue tarde [...] por tráfico”*. Esta lógica en su narrativa denota una buena comprensión de su entorno.

Contexto personal y vivencia emocional

La niña representa una escenas real y cotidiana, no idealizada ni traumática. Expresa emociones moderadas y estrategias funcionales. El tono general, tanto del dibujo como de la entrevista, indica una buena adaptación personal y emocional. Y cómo afronta la situación para sobrellevar la espera lo que demuestra capacidad y madurez.

DIBUJO 9: CAP



Dibujo realizado por "Niño 9". Fuente:Elaboración propia.

En su dibujo de la "Niña 9" representa una situación de espera en el hospital, nos dice que suele acudir al hospital cuando está enferma y va acompañada de su familia, que como vemos refleja en la ilustración. Comenta que cada vez que acude al centro médico, debe esperar durante mucho tiempo antes de ser atendida, y expresa claramente que no le gusta esperar en absoluto. Y es algo que le da mucha rabia, y lo que intenta hacer para distraerse es el uso del móvil. Como mejora, propone que se debería priorizar a las personas que de verdad lo necesitan y se encuentren en situaciones más urgentes.

1. Análisis formal

Líneas: El dibujo muestra líneas definidas y rectas para el edificio del CAP, con contornos claros que destacan su estructura geométrica. Las figuras humanas presentan trazos más sencillos y redondeados, con menos detalle en comparación.

Tamaño del dibujo: El edificio ocupa gran parte del espacio disponible, dominando claramente la composición. Las tres figuras humanas son significativamente más pequeñas, en comparación.

Colores: El CAP está pintado de color amarillo con letras claramente visibles que identifican el centro. Las figuras humanas presentan colores variados en su vestimenta.

Composición y elementos: La escena muestra un edificio central con tres figuras humanas alineadas frente a él. No hay elementos adicionales lo que simplifica la imagen y centra la atención en la relación entre las personas y el edificio.

2. Análisis simbólico

Lugar en la escena: El CAP amarillo simboliza la institución médica, un lugar de espera obligada cuando ella está enferma. Su coloración amarilla podría representar tanto la importancia del lugar como cierta calidez institucional.

Emociones expresadas: Transmite claramente frustración ("*me da mucha rabia*") y desagrado ("*no me gusta esperar*") hacia la situación de espera. La posición de las figuras fuera del edificio refleja su sentimiento de exclusión temporal.

Cómo vive la espera: Como un tiempo perdido y desagradable ("*debe esperar durante mucho tiempo*"). La ausencia de elementos de distracción en el dibujo contrasta con su estrategia real de usar el móvil.

Estrategias para sobrellevarlo: Principalmente el uso del móvil para distraerse ("*Pues a veces miraba el móvil*") (Belton et al., 2021). También menciona la posibilidad de dormir como forma de evasión.

3. Expresión emocional

Tono emocional del dibujo: El dibujo transmite una sensación de espera estática y pasiva. El edificio institucional domina, mientras las figuras pequeñas sugieren cierta impotencia frente al sistema.

Reconocimiento emocional: Identifica y expresa claramente su rabia hacia la espera, aunque en el dibujo esta emoción aparece contenida en figuras de expresión neutra.

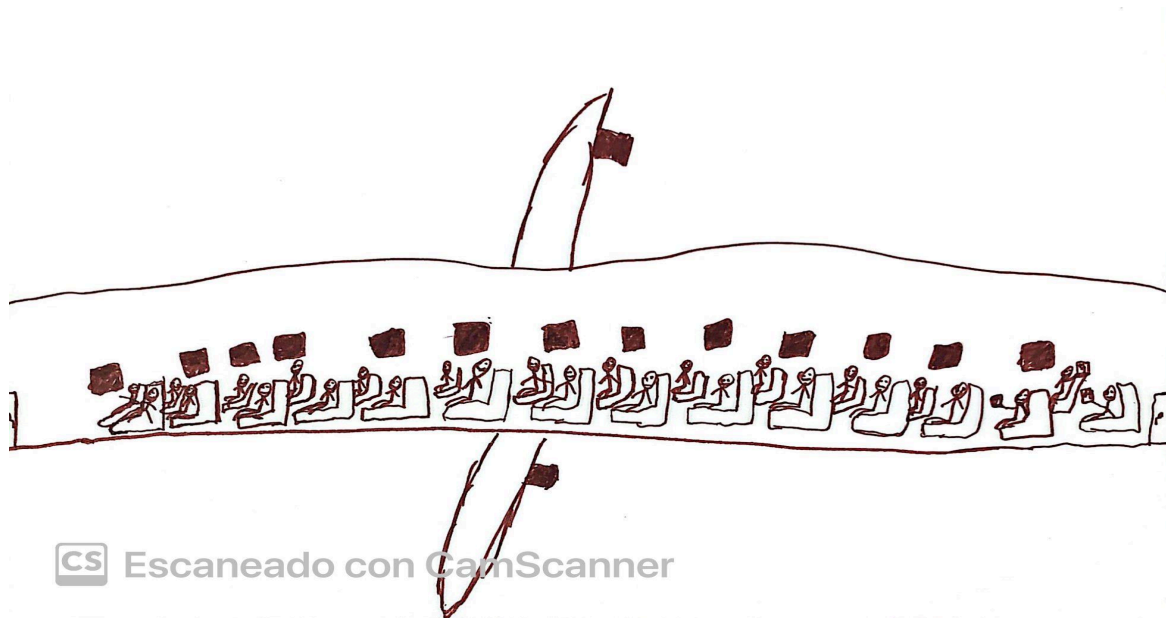
Relación con el entorno: Muestra una relación de dependencia, necesita el CAP cuando está enferma, pero también de frustración por los tiempos de espera. Las figuras fuera del edificio simbolizan su posición de paciente en espera.

4. Contextualización y triangulación

Coherencia: Existe coherencia entre el dibujo y su relato sobre las largas esperas médicas. Sin embargo, es interesante que no represente el móvil que menciona usar como distracción.

Reflexión y solución: Propone una solución estructural: ("*gente enferma que pasé primero*"). Esto demuestra un pensamiento crítico sobre la organización del sistema de salud, más allá de su malestar personal, muestra un pensamiento abstracto, tal y como destaca Piaget en su teoría en la etapa de operaciones formales. (Durrande-Moreau, 1999).

DIBUJO 10: EL AVIÓN



Dibujo realizado por "Niño 10". Fuente:Elaboración propia.

En el dibujo realizado por "Niño 10" se representa el interior de un avión, lleno de pasajeros sentados en sus asientos. La situación que representa el niño en su dibujo hace referencia a un viaje escolar con su clase y otras escuelas a Finlandia. El recuerda esta experiencia con tiempos de espera prolongados; durante el embarque, la preparación para el despegue del avión y la duración del trayecto. Además destaca que tuvieron que hacer una escala para coger otro avión para llegar al país de destino, donde allí también les esperaba un autobús para recogerlos al lugar de estancia. Para él suponía un tiempo de espera larga, y destacó que no le gusta esperar y que su sensación en esos momentos era la impaciencia por llegar al destino final. Como medida para sobrellevar la espera intentó mantenerse

distraído hablando con sus compañeros, observando el exterior del avión a través de la ventanilla y durmiendo durante parte del trayecto.

1. Análisis formal

Líneas: Las líneas son continuas, claras y sin correcciones visibles. El trazo firme y seguro sugiere planificación previa del dibujo y seguridad en lo que se quiere representar. Esto está alineado con su explicación directa: (*“Yo en un avión con mucha gente esperando para llegar al sitio.”*)

Organización del espacio: El dibujo está centrado y bien distribuido. La estructura del avión, con sus asientos alineados y ventanas claramente delimitadas, muestra una buena comprensión espacial. La disposición ordenada refleja que se tiene una imagen mental clara de la escena.

Color: Se ha utilizado un único color; el marrón, de manera uniforme. Este recurso monocromático resalta los elementos esenciales; asientos, ventanas y pasajeros lo que refuerza la claridad visual.

2. Análisis simbólico

Contexto representado: El avión lleno con sus compañeros de clase representa una experiencia colectiva y estructurada: (*“Con las personas de mi clase”*).

La estructura cerrada del avión también puede simbolizar una sensación de estar “contenidos” o “limitados”, reforzando la vivencia de espera pasiva.

Emoción predominante: Aunque los rostros no tienen expresiones específicas, el relato sí deja clara la emoción: (*“Como que quiero llegar al sitio ese, porque llevamos mucho, mucho tiempo esperando.”*). Esto refleja impaciencia, centrada en el deseo de alcanzar el destino.

Elementos clave del relato: Detalla cómo la espera no ocurrió solo en el avión, sino en varias fases: (*“Tardamos aquí mucho, como 3 horas para llegar y después otro avión más de una hora. El autobús de otra hora.”*). Esta secuencia contribuye a la sensación de espera reiterada en varias fases del viaje.

Estrategias para manejar la espera: Aunque no lo dice directamente en frases largas, se infiere que encontró formas de pasar el tiempo, por ejemplo, al mencionar indirectamente su observación del entorno o el deseo de manejar de otra forma el procedimiento de

embarque: (“Que llegara un poquito más antes las maletas... Así no tardas.”) Esto sugiere que piensa en soluciones y modos de reducir el malestar que provoca la espera.

3. Expresión emocional y proyección interna

Percepción del tiempo: La acumulación de tiempos mencionada refuerza la idea de una espera prolongada, donde el trayecto se vive como mucho más largo por la ansiedad de llegar: (“Como que quiero llegar al sitio ya”).

Tolerancia a la espera: A pesar de la impaciencia, no se refleja en el dibujo ninguna expresión de conflicto o frustración. La escena está representada con orden, lo que indica un buen manejo emocional.

Relación con los demás: El dibujo muestra un ambiente compartido, con muchas personas, lo que coincide con su frase: “Con las personas de mi clase.” Lo que da lugar a una experiencia colectiva pero más llevadera por ser con personas que conoce.

4. Contextualización y triangulación

Coherencia: Existe plena coherencia entre el dibujo y el relato: el avión, la multitud, el contexto escolar y la experiencia prolongada coinciden. La frase que lo resume mejor es: (“Yo en un avión con mucha gente esperando para llegar al sitio.”)

Reflexión y comunicación: El niño transmite con claridad lo vivido. Identifica la emoción predominante (“quiero llegar al sitio”) y propone soluciones lógicas para mejorar la experiencia: (“Que las maletas se anticipen antes de que llegaran las personas.”)

DIBUJO 11: ESPERANDO A MI AMIGO



Dibujo realizado por “Niño 11”. Fuente: Elaboración propia.

Él representa en su dibujo una escena cotidiana de espera de su amigo en el portal de su casa para que baje. Con la expresión "baja cara huevo", transmite su impaciencia y deseo de que su amigo baje pronto, ya que suele tardar entre 10 y 20 minutos a pesar de quedar a una hora determinada. Durante la espera, se siente aburrido y frustrado por la falta de puntualidad de su amigo, especialmente al no tener a nadie con quien hablar en ese momento o forma de distraerse. Aunque intenta gestionar la situación acordando horarios, la demora repetida de su amigo convierte estos momentos en una experiencia de espera constante.

1. Análisis formal

Líneas: Las líneas del dibujo son sencillas, sin muchos detalles. El trazo es firme y marcado, y define bien las figuras: el personaje, el edificio, las escaleras y el poste.

Tamaño del dibujo: El personaje principal ocupa una parte central y destacada del dibujo, lo que indica su importancia. Hay espacio suficiente alrededor que da contexto: el cielo, el sol, el poste, las escaleras.

Colores: Predominan los colores planos y vivos: azul para el cielo, amarillo para el sol, negro en la ropa y detalles como las escaleras y el poste.

Composición y cantidad de elementos: Hay pocos elementos, lo que facilita la comprensión: el protagonista, el portal, el cielo y una farola. Esto resalta la acción principal: esperar a su amigo.

2. Análisis simbólico

Lugar en la escena: El personaje se dibuja frente al portal de la casa del amigo esperando. Lo refuerza con el título "Esperando a un amigo" y la frase "baja cara huevo", que él explica como "una interpretación diciendo que baje ya porque está tardando mucho".

Emociones expresadas: El personaje tiene una expresión neutra, pero la frase que dice transmite impaciencia. Él lo explica claramente: "estaba aburrido, porque no tenía a nadie con quien hablar".

Cómo vive la espera: vive la espera con molestia. Dice que "Su amigo nunca baja" y que "decimos una hora y tarda 10-20 minutos o más". La impuntualidad se vuelve algo frustrante para él.

Estrategias para sobrellevarlo: Intenta distraerse como puede: "estaba chutando a la misma piedra todo el rato". Eso muestra su intento de pasar el tiempo aunque no sea algo divertido.

3. Expresión emocional y proyección interna

Tono emocional del dibujo: A pesar del colorido, el tono emocional es de espera e impaciencia. No hay diversión ni disfrute en la escena. Lo más expresivo es el texto que acompaña al dibujo.

Reconocimiento emocional: Se siente: “aburrido”, “sin nadie con quien hablar”. Además, su forma directa de expresarlo (“baja cara huevo”) deja ver su frustración de forma clara pero con humor.

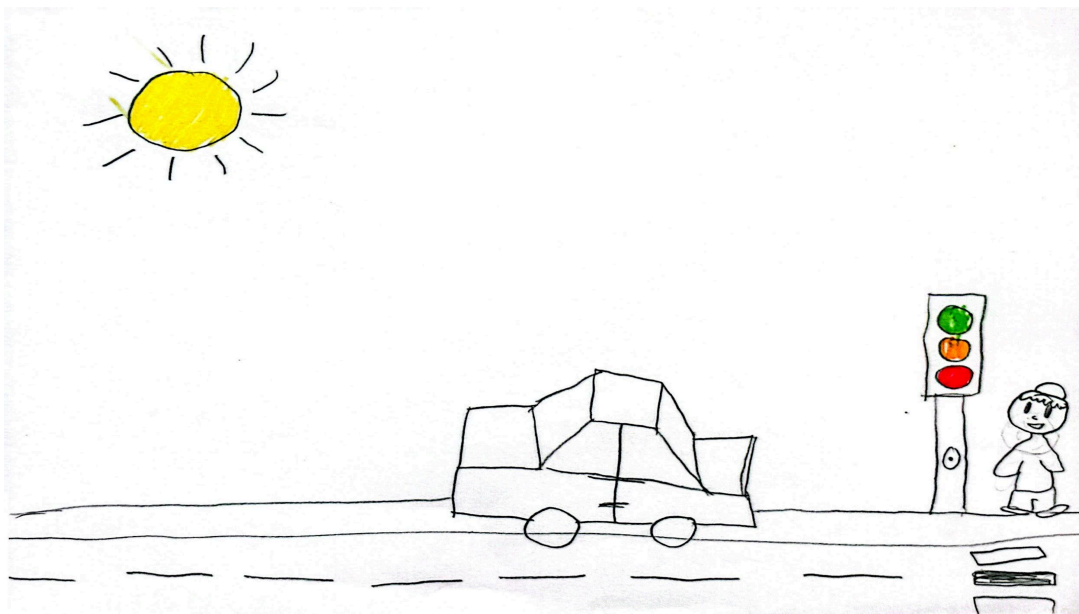
Relación con el entorno: El entorno representado es realista: el portal, las escaleras, el poste de luz. Todo es reconocible y cotidiano, lo que refuerza la autenticidad de su experiencia.

4. Contextualización y triangulación

Coherencia: El dibujo y el relato coinciden completamente, representa la espera con claridad, tanto en lo visual como en lo verbal. Él mismo lo dice: “un día normal de mi vida esperando a mi amigo”.

Reflexión y solución: Aunque no da una solución clara, muestra su malestar con la situación. De forma indirecta, sugiere que la puntualidad o tener compañía podría mejorar la experiencia.

DIBUJO 12: SEMÁFORO



Dibujo realizado por “Niño 12”: Fuente: Elaboración propia.

1. Análisis formal

Líneas: Las líneas del dibujo son claras, continuas y firmes. Las formas geométricas del coche y la figura humana están bien definidas, aunque simplificadas, lo cual es propio de la edad evolutiva.

Tamaño del dibujo: El espacio está bien aprovechado, y los elementos distribuidos de manera equilibrada. No hay sobrecarga ni vacíos significativos, lo que indica una buena capacidad para estructurar el espacio.

Uso del color: Se utilizan colores esenciales y con un significado funcional: el amarillo del sol, los tres colores del semáforo y detalles sutiles en la figura humana. El uso correcto del rojo, ámbar y verde en el semáforo refleja conocimiento del entorno y reglas viales.

Cantidad de elementos: El dibujo incluye los elementos necesarios para la escena sin sobrecargarla: un coche, un niño, un semáforo. Esto permite centrar la atención en el momento representado, destacando la espera para cruzar.

2. Análisis simbólico

Figuras humanas: La figura humana aparece completa, con proporciones simples pero adecuadas para la edad. La expresión es positiva, con una sonrisa, lo que transmite una vivencia tranquila.

Narrativa representada: La escena muestra un momento cotidiano: un niño que espera en la acera mientras un coche circula y el semáforo está encendido. Se trata de una experiencia habitual y regulada, que no genera tensión. (*“Estoy esperando a que el coche pare para poder cruzar el paso de peatones”*)

Símbolos emocionales: El semáforo representa seguridad y orden. La presencia del sol puede asociarse a un clima agradable o una sensación de bienestar. No hay elementos agresivos o caóticos. (*“Cuando veo el semáforo sé que puedo cruzar sin peligro.”*).

Relación entre elementos: Los personajes y objetos mantienen una relación lógica entre sí. El coche se detiene por el semáforo, y el niño espera pacientemente. Esto sugiere que el niño comprende y respeta las normas sociales.

3. Expresión emocional y proyección interna

Tono emocional: El tono del dibujo es positivo y sereno. La expresión facial sonriente del personaje refuerza la idea de que la situación no es vivida con angustia, sino con calma.

Emociones proyectadas: La figura transmite tranquilidad, control y seguridad. La vivencia representada parece estar asociada a una emoción neutral o levemente positiva.

Símbolos del tiempo o espera: El contexto indica claramente una espera: el niño está detenido, esperando que el semáforo lo autorice a cruzar. La espera es naturalizada y no parece generar impaciencia. (*“Estoy esperando pero no me aburro, porque ya casi cambia la luz.”*)

4. Contextualización y triangulación

Coherencia: Hay una correspondencia clara entre lo que se dibuja y lo que se expresa oralmente. La acción es coherente, el semáforo regula la situación y el niño se muestra tranquilo y seguro, lo cual indica una comprensión adecuada del entorno. (*“Mis papás me enseñaron que hay que esperar la luz verde para pasar.”*)

RESULTADOS FINALES

Los dibujos analizados muestran similitudes y diferencias que permiten comprender cómo los niños experimentan la espera. En la mayoría de los casos, se observa un **reconocimiento emocional claro**, donde se expresan emociones como aburrimiento, impaciencia, rabia o frustración, tanto en los dibujos como en los relatos verbales. La espera es generalmente percibida como una **situación negativa**, asociada al malestar, aunque algunos niños muestran aceptación o estrategias de afrontamiento.

Entre estas **estrategias**, destacan acciones como jugar, observar el entorno o utilizar dispositivos móviles para distraerse. Los escenarios representados —supermercado, hospital, parque, parada de autobús, hogar, avión, campo de fútbol— son **contextos cotidianos y realistas**, lo que otorga autenticidad a las representaciones. Además, existe una **coherencia entre lo visual y lo verbal**, reforzando la narrativa emocional y situacional.

Las **diferencias** entre los dibujos evidencian distintos niveles de madurez emocional y cognitiva. Algunos niños reflejan serenidad y reflexión, mientras que otros reaccionan de manera más impulsiva. También se distingue entre una **perspectiva individual y colectiva** de la espera, lo que influye en la vivencia emocional y la percepción del tiempo.

No todos los niños muestran la misma capacidad para proponer soluciones; algunos ofrecen ideas prácticas, mientras que otros se limitan a expresar su incomodidad. Asimismo, la **riqueza en el uso del color y el detalle** varía, reflejando diferencias en edad, capacidad simbólica y expresiva. Finalmente, el **grado de interiorización de normas sociales** también varía: unos niños aceptan la espera como parte del orden social, mientras que

otros la ven como una imposición injusta. Estas observaciones permiten comprender cómo los niños interpretan, viven y representan la experiencia de esperar.

7. Conclusiones

Después de haber llevado a cabo el desarrollo de este trabajo, que tiene como objetivo analizar y entender desde el punto de vista de los niños la forma en que manejan y viven la espera en entornos de servicios, se han identificado múltiples variables que influyen en cómo los niños viven el tiempo de espera y cómo este incide en su experiencia global como consumidores.

Los diferentes entornos explorados —como supermercados, consultas médicas, parques, restaurantes o lavanderías— han mostrado que la espera es vivida de forma diversa por los niños, dependiendo del contexto, la edad, el nivel de desarrollo cognitivo, el entorno físico, la presencia o ausencia de distracciones, y las interacciones sociales. Se han observado emociones frecuentes como la rabia, la frustración, la impaciencia, pero también aceptación y estrategias de adaptación.

Las diversas teorías analizadas sobre el desarrollo cognitivo han evidenciado que la percepción del tiempo evoluciona progresivamente según la edad, desde vivir la inmediatez y el momento presente, hasta etapas más avanzadas en las que los niños comienzan a conceptualizar el tiempo de manera lógica y estructurada, lo que influye de forma directa en la manera en que enfrentan la espera, siendo las emociones y el entorno social y familiar factores que determinan su comportamiento.

Después de analizar la espera desde la visión de los niños, vemos que sí existe cierta diferencia en cuanto a la subjetividad del tiempo, el nivel de tolerancia y reacción y los recursos disponibles para afrontar la situación en comparación con los adultos. Mientras que los adultos tienden a racionalizar la espera, los niños dependen más de estímulos externos, apoyo emocional y estrategias para la distracción.

A partir de las distintas situaciones de espera vividas por los niños en contextos cotidianos, surgen propuestas de mejora orientadas a hacer más llevadero ese tiempo mediante la incorporación de elementos interactivos, actividades de entretenimiento y otros recursos adaptados a su edad. Tal como se ha expuesto en este trabajo, algunas empresas ya están comenzando a implementar este tipo de iniciativas, con el objetivo de mejorar la calidad del servicio y transformar la espera en una experiencia lúdica, educativa o incluso creativa.

Algunas propuestas que se podrían considerar y que podrían ayudar a ofrecer una mejor experiencia para los niños, y ayudar a las empresas a ofrecer un mejor servicio podrían ser; en primer lugar, en el caso de los supermercados la creación de cajas “express con niños” para aquellas familias con niños, lo que ayudaría a agilizar el proceso de compra, reducir el estrés familiar durante la espera y evitar situaciones de malestar o conductas disruptivas por parte de los niños. En segundo lugar, lo que se podría aplicar en algunos entornos es la incorporación de pantallas interactivas que promueven la educación, como por ejemplo en clínicas dentales o farmacias con juegos sobre salud, actividades de memoria, videos explicativos, lo que promueve el aprendizaje. Por último, en lugares como aeropuertos o hospitales, ofrecer videos que propongan ejercicios físicos sencillos con el objetivo de ayudar a liberar la energía acumulada, el estrés y mejorar su estado emocional durante la espera.

En conjunto, este estudio destaca la importancia de considerar la voz de los niños en el diseño de servicios, reconociéndolos como consumidores activos cuyas experiencias, aunque diferentes de las adultas, merecen ser comprendidas, respetadas y tenerlas en cuenta en la planificación de entornos de espera más humanos, inclusivos y funcionales.

Dificultades y lecciones

Durante este proyecto enfrentamos diversas dificultades que nos permitieron aprender y mejorar en muchos aspectos. Fue nuestra primera experiencia realizando una investigación cualitativa de este grado, lo que nos obligó a enfrentar desafíos prácticos como la organización del trabajo, la escucha activa, la adaptación del lenguaje para comunicarnos con los niños y la creación de un ambiente de confianza. Al inicio, nos costó estructurar el proyecto y definir pasos claros, pero con el apoyo de nuestro tutor logramos avanzar con mayor claridad. También tuvimos dificultades para encontrar estudios específicos sobre la experiencia de los niños al esperar, lo que nos llevó a mejorar nuestras habilidades en la búsqueda de fuentes. En la parte práctica, gestionar a niños con diferentes personalidades fue un reto, pero nuestra flexibilidad y experiencia previa nos ayudaron a adaptarnos a cada situación. La elección de centros cívicos como espacios de trabajo fue acertada, ya que favoreció la comodidad y participación de los niños. En resumen, aprendimos la importancia de planificar bien, ser flexibles ante imprevistos y entender mejor cómo los niños viven y manejan la espera, lo que enriqueció nuestro trabajo y aprendizaje sobre la infancia.

8. Bibliografía

Acuña-Serrano, J. C., & Bocanegra-Gastélum, C. O. (2023). Fundamentos teóricos para explicar el comportamiento del consumidor. *Revista Estudios Contemporáneos en Marketing y Consumo*, 1(1), 1-14.

Afonso, A.P., Carneiro, J. y Azevedo, A.I. (2024). The Impact of COVID-19 on e-Commerce: A Systematic Review of the Literature on the Purchasing Behavior of Online Retail Consumers. *Journal of Marketing Research and Case Studies*, 2024, 403212.

Alves, P. F. (2014). Vygotsky and Piaget: Scientific concepts. *Psychology in Russia*, 7(3), 24-34. <https://doi.org/10.11621/pir.2014.0303>

Antoniou, P. (2009). Children & Pictures: Drawing and Understanding: Richard P. Jolley. *The International Journal of Art & Design Education*, 28(3), 319–320. <https://doi.org/10.1111/j.1476-8070.2009.01613.x>

Baillargeon, R. (1994). Infants' reasoning about hidden objects: Evidence for event-general and event-specific expectations. *Developmental Science*, 7(4), 391–424.

Badia, F. G., Köhler, H.-D., & Artiles, A. M. (2005). Manual de la sociología del trabajo y de las relaciones laborales. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 110, 268-. <https://doi.org/10.2307/40184695>

Barragan-Jason, G., & Hopfensitz, A. (2021). Children with higher screen time exposure were less likely to show patience and to make school friends at 4–6 years of age. *Acta Paediatrica*, 110(12), 3302–3304.

Bedoya Soto, M., Arango Aguilar, T., & Gómez Bayona, L. (2024). El nuevo consumidor y su evolución tras la pandemia.

Belton, S., Issartel, J., Behan, S., Goss, H., & Peers, C. (2021). The Differential Impact of Screen Time on Children's Wellbeing. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(17), 9143-. <https://doi.org/10.3390/ijerph18179143>

Bhattacharjee, A., & Mogilner, C. (2014). Happiness from Ordinary and Extraordinary Experiences. *The Journal of Consumer Research*, 41(1), 1–17. <https://doi.org/10.1086/674724>

Blondel, C. (1939). *Psychologie* (J. Piaget, La naissance de l'intelligence chez l'enfant; - La construction du réel chez l'enfant. - C. Spearman, Psychology down the ages. - H. Wallon, La vie mentale de l'enfance à la vieillesse. *Revue philosophique de la France et de l'étranger*, 128, 86-.

Boden, M. A. (1982). *Piaget*. Cátedra.

Bodrova, E., & Leong, D. (2024). Tools of the mind: The Vygotskian approach to early childhood education. Taylor & Francis.

Bruneau Valenzuela, J. E., Marques de Mello, C., & Vieira, F. G. D. (2009). Consumidores: Una reflexión sobre los aspectos de la cultura del consumo. *Revista de Administração da UNIMEP*, 7(1), 105–121.

Buck, J. N. (1948). The H-T-P Test. *Journal of Clinical Psychology*, 4(2), 151-159.

Brechet, C., & Jolley, R. P. (2014). The Roles of Emotional Comprehension and Representational Drawing Skill in Children's Expressive Drawing. *Infant and Child Development*, 23(5), 457–470. <https://doi.org/10.1002/icd.1842>

Bruner, J. (1985). [Rev. of Child's Talk: Learning to Use Language]. *Child Language Teaching and Therapy*, 1(1), 111–114. <https://doi.org/10.1177/026565908500100113>

Carrington, M. J., Neville, B. A., & Whitwell, G. J. (2010). Why Ethical Consumers Don't Walk Their Talk: Towards a Framework for Understanding the Gap Between the Ethical Purchase Intentions and Actual Buying Behaviour of Ethically Minded Consumers. *Journal of Business Ethics*, 97(1), 139–158. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0501-6>

Catte, M., & Cox, M. V. (1999). Emotional indicators in children's human figure drawings. *European Child & Adolescent Psychiatry*, 8(2), 86–91. <https://doi.org/10.1007/s007870050089>

Changi Airport Group. (2023). Family entertainment and play areas.

Cherney, I. D., Sorkin, B., & Tuck, J. (2006). Children's drawings: A mirror to their minds. *Child Development Perspectives*, 1(2), 124–129. <https://doi.org/10.1111/j.1750-8606.2007.00026.x>

Córdoba Navas, D. (2018). *Desarrollo cognitivo, sensorial, motor y psicomotor en la infancia: (2 ed.)*. IC Editorial. <https://elibro-net.sabidi.urv.cat/es/lc/urv/titulos/113433>

Clot, Y. (Ed.). (1999). *Avec Vygotski*. La Dispute.

Deguara, J., & Nutbrown, C. (2018). Signs, symbols and schemas: understanding meaning in a child's drawings. *International Journal of Early Years Education*, 26(1), 4–23. <https://doi.org/10.1080/09669760.2017.1369398>

Delgado, J.J. (2022). El proceso de decisión del consumidor digital. Real Academia Europea de Doctores.

Di Leo, J.H. (1983). *Interpreting Children's Drawings* (1st ed.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203765555>

Droit-Volet, S., & Coull, J. (2015). The Developmental Emergence of the Mental Time-Line: Spatial and Numerical Distortion of Time Judgement. *PloS One*, 10(7), e0130465–e0130465.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0130465>

Droit-Volet, S., Fayolle, S. L., & Gil, S. (2011). Emotion and time perception: effects of film-induced mood. *Frontiers in Integrative Neuroscience*, 5, 33–33.
<https://doi.org/10.3389/fnint.2011.00033>

Droit-Volet, S., Fayolle, S., & Gil, S. (2016). Emotion and time perception in children and adults: The effect of task difficulty. *Timing & Time Perception*, 4(1), 7–29.
<https://doi.org/10.1163/22134468-03002055>

Droit-Volet, S., Fayolle, S., Lamotte, M., & Gil, S. (2013). "Time, Emotion and the Embodiment of Timing." *Timing & Time Perception*, 1(1), 99-126.

Durrande-Moreau, A. (1999). Waiting for service: ten years of empirical research. *International Journal of Service Industry Management*, 10(2), 171–194.
<https://doi.org/10.1108/09564239910264334>

Dylman, A. S., Blomqvist, E., & Champoux-Larsson, M. F. (2020). Reading habits and emotional vocabulary in adolescents. *Educational Psychology*, 40(6), 681–694.
<https://doi.org/10.1080/01443410.2020.1732874>

Einarsdóttir, J. (2007). Making meaning: Children's perspectives expressed through drawings. *Early Child Development and Care*, 177(6-7), 563–575.

Edwards, R., & Caballero, C. (2008). What's in a name? An exploration of the significance of personal naming of "mixed" children for parents from different racial, ethnic and faith backgrounds. *The Sociological Review (Keele)*, 56(1), 39–60.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2008.00776.x>

Emirates Airlines. (2023). Kids' entertainment onboard.

Enesco, I. (1996). Piaget y el desarrollo cognitivo. *Psicología educativa (Madrid)*, 2(2), 167-.

García Paredes, R. V., Merchán Jacome, V. A., & Pazmiño Gavilánez, W. E. (2022). La conducta del consumidor en la era digital y su incidencia en la búsqueda de información. *RECIAMUC*, 6(1), 379-388. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.\(1\).enero.2022.379-388](https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.(1).enero.2022.379-388)

- Gómez-López, M., et al. (2021). "Children's patience and fast-food consumption patterns". *Journal of Consumer Behaviour*, 40(3), 245-258. <https://doi.org/10.1002/jcb.12345>
- Grewal, D., Roggeveen, A. L., & Nordfält, J. (2017). The Future of Retailing. *Journal of Retailing*, 93(1), 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2016.12.008>
- Gutiérrez Zotes, P. (2017). Marcas, consumidores y transformación digital. *Hermes: Revista de Comunicación*, (54), 56–60.
- Hadi, R., Melumad, S., & Park, E. S. (2024). The Metaverse: A new digital frontier for consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 34, 142–166. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1356>
- Henriques, F. M., & Suarez, M. C. (2021). *Nostalgia como prática? Relendo a pesquisa sobre nostalgia no campo do Marketing*. *Cadernos EBAPE.BR*, 19(3), 524–537. <https://doi.org/10.1590/1679-395120200109>
- Hui, M. K., & Tse, D. K. (1996). What to Tell Consumers in Waits of Different Lengths: An Integrative Model of Service Evaluation. *Journal of Marketing*, 60(2), 81-. <https://doi.org/10.2307/1251932>
- Hui, M. K., Dube, L., & Chebat, J. C. (2017). "The Impact of Music on Consumers' Reactions to Waiting for Services". *Journal of Retailing*, 93(1), 87-104.
- Inhelder, B. & Piaget, J. (2016). *Psicología del niño: (18 ed.)*. Ediciones Morata, S. L. <https://elibro-net.sabidi.urv.cat/es/lc/urv/titulos/116205>
- Kellaris, J. J., & Kent, R. J. (1992). The influence of music on consumers' temporal perceptions: Does time fly when you're having fun? *Journal of Consumer Psychology*, 1(4), 365–376. [https://doi.org/10.1016/S1057-7408\(08\)80060-5](https://doi.org/10.1016/S1057-7408(08)80060-5)
- King, M. J. (2005). Review of *DESIGNING DISNEY: Imagineering and the Art of the Show*, by J. Hench & P. Van Pelt]. *Material Culture*, 37(2), 91–95. <http://www.jstor.org/stable/29764298>
- Köhler, H. D., & Martín Ariles, A. (2021). *Manual de la sociología del trabajo y de las relaciones laborales (4ª ed.)*. Delta Publicaciones.
- Koomen, H., & Herrmann, E. (2020). *Group Influences on Children's Delay of Gratification*. Collabra: Psychology.
- Kotler, P. & Roberto, E. L. (1991). *Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública*. Díaz de Santos.

- Lamberton, C., & Stephen, A. T. (2016). A Thematic Exploration of Digital, Social Media, and Mobile Marketing: Research Evolution from 2000 to 2015 and an Agenda for Future Inquiry. *Journal of Marketing*, 80(6), 146–172. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0415>
- Lawrence E Williams, T Andrew Poehlman, Conceptualizing Consciousness in Consumer Research, *Journal of Consumer Research*, Volume 44, Issue 2, August 2017, Pages 231–251, <https://doi.org/10.1093/jcr/ucw043>
- Malchiodi, C. A. (1998). *Understanding children's drawings*. Guilford Press.
- Mann, L. (1969). Queue Culture: The Waiting Line as a Social System. *The American Journal of Sociology*, 75(3), 340–354. <https://doi.org/10.1086/224787>
- Martín Simesen de Bielke. (2018). Tiempo e interpretación en la teoría de la relatividad. *Franciscanum*, 60(170), 47–79.
- McCormack T. Temporal Concepts and Episodic Memory: A Response to Hoerl. *Mind & language*. 1999;14(2):252–62.
- McLelland, J. (2024). Connecting Piaget's cognitive development theory to technology in the early years. *He Kupu*, 8(1), 29–36.
- Mitchell, L.M. (2006). Child-centered? Thinking critically about children's drawings as a visual research method. *Visual Anthropology Review*, 22(1), 60–73. <https://doi.org/10.1525/var.2006.22.1.60>
- Mollá Descals, A. (2006). *Comportamiento Del Consumidor* (1.a ed.). Editorial UOC.
- Moreau, C. P. (2020). Brand building on the doorstep: The importance of the first (physical) impression. *Journal of Retailing*, 96(1), 155-167. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2019.12.003>
- Munakata, Y., & Yonehiro, J. (2021). How Children React to Waiting in Different Cultures. UC Davis.
- Niño de Guzmán Miranda, J. C. (2014). Estrategia de marketing relacional para lograr la fidelización de los clientes - Relational marketing strategy to achieve customer loyalty. *Apuntes Universitarios*, 4(2). <https://doi.org/10.17162/au.v0i2.259>
- Quaglia, R., Longobardi, C., Iotti, N. O., & Prino, L. E. (2015). A new theory on children's drawings: Analyzing the role of emotion and movement in graphical development. *Infant Behavior & Development*, 39, 81–91. <https://doi.org/10.1016/j.infbeh.2015.02.009>

Rodríguez Escudero, A. I., & Antón Martín, C. (2004). Formas de lealtad a la marca: identificación empírica y determinación de sus principales características. Cuadernos de economía y dirección de la empresa, 18, 122-145.

Rubalcava de León, C.-A., Sánchez-Tovar, Y., & Sánchez-Limón, M.-L. (2019). La conciencia de marca en redes sociales: impacto en la comunicación boca a boca. Estudios gerenciales, 35(152), 313-320. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2019.152.3108>

Salud Sant Joan. (s.f.). Imagen de pediatría decoración. Recuperado de <https://www.salutsantjoan.cat/media/upload/imatges/professionals/pediatria-decoracio.jpg>

Salud Sant Joan. (s.f.). Imagen de pediatría hospitalización. Recuperado de <https://www.salutsantjoan.cat/media/upload/imatges/professionals/pediatria-hospitalitzacio.jpg>

Schwartz, B. (1974). Waiting, exchange, and power: the distribution of time in social systems. The American journal of sociology, 79(4), 841–870.

Sheth, J. (2020). Impact of COVID-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? Journal of Business Research, 117, 280–283. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.059>

Singer, D. G. (1971). *A Piaget primer: How a child thinks*. New American Library.

Solomon, M. R. (2008). Comportamiento del consumidor (7a ed.). Pearson Educación.

Solomon, M. R., Herrero Díaz, M. J., & Calleros Torre, L. A. (2017). Solomon, Michael R., Consumer behavior: buying, having, and being. Castellà
Comportamiento del consumidor (Decimoprimer edición). Pearson Educación de México.

Spagnola, M., & Fiese, B. H. (2007). Family routines and rituals: A context for development in the lives of young children. Infants & Young Children, 20(4), 284–299. <https://doi.org/10.1097/01.IYC.0000290352.32170.5a>

Strauss, M. (2021). *Understanding children's drawings: Tracing the path of incarnation*. Rudolf Steiner Press.

Taylor, S. (1994). Waiting for Service: The Relationship between Delays and Evaluations of Service. *Journal of Marketing*, 58(2), 56-. <https://doi.org/10.2307/1252269>

Vignolles, A., & Pichon, P.-E. (2014). A taste of nostalgia: Links between nostalgia and food consumption. Qualitative Market Research, 17(3), 225–238. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2012-0027>

Villalba Miranda, R. F., Abril Flores, J., & Medina Chicaiza, R. P. (2017). El marketing como estrategia para la fidelización del cliente. *Polo Del Conocimiento: Revista Científico - Profesional*, 2(6), 1259–1268. <https://doi.org/10.23857/pc.v2i6.198>

Ward, A. F., Duke, K., Gneezy, A., & Bos, M. W. (2017). Brain drain: The mere presence of one's own smartphone reduces available cognitive capacity. *Journal of the Association for Consumer Research*, 2(2), 140–154. <https://doi.org/10.1086/691462>

Weist, R. M., Atanassova, M., Wysocka, H., & Pawlak, A. (1999). Spatial and temporal systems in child language and thought: a cross-linguistic study. *First Language*, 19(57), 267–308. <https://doi.org/10.1177/014272379901905701>

WILLIAMS, L. E., & POEHLMAN, T. A. (2017). Conceptualizing Consciousness in Consumer Research. *The Journal of Consumer Research*, 44(2), 231–251. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucw043>

Wilmer, H. H., & Chein, J. M. (2016). Mobile technology habits: patterns of association among device usage, intertemporal preference, impulse control, and reward sensitivity. *Psychonomic Bulletin & Review*, 23(5), 1607–1614. <https://doi.org/10.3758/s13423-016-1011-z>

Wittmann, M. (2013). The inner sense of time: how the brain creates a representation of duration. *Nature Reviews. Neuroscience*, 14(3), 217–223. <https://doi.org/10.1038/nrn3452>

Wittmann, M., & van Wassenhove, V. (2009). The experience of time: neural mechanisms and the interplay of emotion, cognition and embodiment. *Philosophical Transactions of the*

Royal Society of London. Series B. Biological Sciences, 364(1525), 1809–1813. <https://doi.org/10.1098/rstb.2009.0025>

Yasui, M. (2023). Cultural Socialization in Childhood. *Frontiers in Psychology*.

Zelazo PD, Carlson SM. Hot and Cool Executive Function in Childhood and Adolescence: Development and Plasticity. *Child development perspectives*. 2012;6(4):354–60.

Zubillaga del Río, A. (2011). *El desarrollo cognitivo del niño: Desde los descubrimientos de Piaget hasta las investigaciones actuales*.

9. Anexos

Entrevista grupo 1

- Centro cívico Migjorn
- Dibujos de: Niño 1, Niña 2, Niña 4

INTRODUCCIÓN A LA ACTIVIDAD

Fatima: Hola chicos, bienvenidos. ¿Cómo estáis?

Niños: Bien, bien.

Fatima: Hoy vamos a hacer una actividad muy chula y muy divertida.

¿Seguro que alguna vez os ha tocado esperar en algún sitio? Sí ¿verdad, si?, habéis estado ahí esperando, muy bien, por ejemplo, en el supermercado, en el médico o en un restaurante o en el dentista, incluso. Pues queremos saber, ¿cómo lo vivís vosotros? Es decir, cómo vivís ese momento de esperar ahí de ¿cuándo llegará? o tal. Aquí no hay respuestas buenas o malas, solo queremos que nos contéis vuestra experiencia, es decir, cómo os sentíais, en cuanto a la espera, ¿vale?

Mariem: Vale, lo que tenéis que hacer es muy fácil: dibujar. ¿Os gusta dibujar?

Niños: Sí!!!!

Mariem: Vale, debéis dibujar un momento en el que estabais esperando y luego hablaremos un poco de ello. Puede ser dibujar ese momento de esperar ¿Con quién estabais? ¿Cómo os sentíais? ¿O lo que hacíais mientras esperabais? ¿Qué es lo que estabais haciendo para que esa espera no se haga muy pesada? Si no os gusta esperar. Y bueno, luego hablaremos un poco sobre cómo os sentíais en ese momento, las sensaciones, cómo estabais en ese momento, ya lo hablaremos más adelante.

Fatima: De acuerdo, entonces, ahora manos a la obra, chicos. Ahora os voy a dar unas hojas, una hojita o dos, las que queráis. Y aquí vamos a, bueno, pues a dibujar lo que hemos explicado: un momento en el cual habéis esperado. ¿Vale? Aquí tenéis los colores que necesitáis, chicos. Coged los necesarios.

Acompañamiento y orientación durante el dibujo

Niña 4

Mariem: ¿Esta eres tú?

Niña 4: No, esta es la cajera que mastica chicle.

Mariem: ¿Sueles ir mucho al supermercado?

Niña 4: No, hace tiempo que no voy.

Mariem: ¿Qué es lo que más o menos estás representando aquí?

Niña 4: Cuando un señor tiene el carro lleno y nosotros solo tenemos pocas cosas... y me hacen esperar mucho de pie.

Mariem: Y tú solo tienes una cosa, esperando para pagar.

Niña 4: Es como... sí, como si yo tuviera tres cosas, y él tiene todo eso, y eso es lo que me molesta.

Mariem: ¿No te gusta esperar?

Niña 4: No.

Niña 2

Mariem: ¿Son amigos tuyos o gente del parque desconocida?

Niña 2: Desconocida

Mariem: Pues mira, podrías dibujar un poco cómo es cuándo vas, ¿a qué hora sueles ir? ¿Después del cole?

Niña 2: Sábados y domingos

Mariem: Los sábados y domingos suele haber mucha gente, ¿verdad? Pues podrías explicar un poco...representarlo.

¿Y cuál es el juego que más te gusta del parque? ¿Porque tiene muchos juegos, verdad?
¿La tirolina te gusta?

Niña 2: Sí.

ENTREVISTAS INDIVIDUALES: ANÁLISI DE DIBUJOS

Nosotras: Bueno, chicos, veo que ya habéis sacado vuestros dibujos, que os han quedado fantásticos, por cierto. Y nada, ahora vamos a ir a hablar sobre ellos. ¿Os parece?

Niños: Sí, sí, perfecto.

ENTREVISTA NIÑA 4

Mariem: Veo que has acabado tu dibujo, ¿si?, pues quiero que me expliques un poco tu dibujo ¿Quienes son estas personas? ¿Dónde estás?

Niña 4: Estaba en el mercadona, había un señor delante de nosotros, con una compra llena, estaba el carrito lleno, nosotros aquí teníamos el carro... ¿sabes?

Mariem: Pequeñito

Niña 4: Si, porque casi cada día vamos a comprar, así que no hace falta llenarlo. El señor de delante estaba tardando un montón, estaba con mi padre, esta soy yo (lo señala en el dibujo), estaba enfadada mentalmente decía si solo tenemos unas cuantas cosas y el carro lleno porque tenemos que esperar tanto.

Mariem: Vale, por lo que veo, no te gusta esperar, ¿verdad?

Niña 4: No.

Mariem: Vale, ¿Qué es lo que sentías en este momento, mientras esperabas?

Niña 4: Rabia.

Mariem: ¿Sí? Vale, muy bien. Y en este caso mientras estabas esperando, ¿estabas solo enfocada en el señor, a ver cuándo acaba, a ver cuándo acaba o estabas intentando distraerte, qué estabas haciendo? Explícame qué haces mientras esperas.

Niña 4: Estaba observando a las personas que hacían, contando mis dedos y los azulejos del suelo.

Mariem: ¿Se te hizo la espera muy larga?

Niña 4: Sí.

Mariem: ¿Tú qué crees cuando entras al Mercadona y te encuentras con esta situación? ¿Qué es lo que harías tú o qué es lo que te gustaría encontrarte para no vivir esta situación? ¿Qué es lo que te gustaría ver para no experimentar esta espera? ¿Es decir, qué quieres para no esperar?

Niña 4: Le diría al señor que tenemos delante si nos deja pasar porque tengo unas cuantas cosas y como él tiene el carro lleno seguro me dejaría". Y si no le hubiese dicho eso me entretendría con mi juguete.

Mariem: ¿Siempre lo llevas contigo?

Niña 4: Sí.

Fatima: Osea usas esto para distraerte, ¿no? Muy bien y ¿te sirve?, ¿Es muy útil?

Niña 4: Sí, sí.

Fatima: Muy bien.

ENTREVISTA NIÑA 2

Fatima: Qué dibujo más bonito, ¿eh? ¿Sabes dibujar, eh? ¿Te gusta dibujar?

Niña 2: Sí

Fatima: Muy bien. Y bueno, ¿qué tenemos aquí? Veo que es un parque, cuéntanos.

Niña 2: **Muy tímida no sabe qué decir**

Fatima: Vale, no pasa nada. Mira, veo aquí que hay un parque, ¿tú estás aquí?

Niña 2: **Asiente con la cabeza**

Fatima: Ah, estás aquí, con tus amigos. ¿Uy, qué guapa estás ahí, eh? ¿Y qué estás haciendo? Por lo que veo estás esperando a subirme a la tirolina,

Niña 2: Si

Fatima: Veo que eres la tercera en la cola para subirme.

¿Y qué estás haciendo, estás esperando no? ¿Y te gusta? Es decir, ¿cómo te sientes cuando estás esperando?

Niña 2: Con rabia

Fatima: Con rabia, si no estás ahí diciendo que se baje ya no ella, ¿sí?, esperando tu turno, sí. ¿Y qué haces mientras estás aquí? ¿Te pones a hablar con tus compañeros?

Niña 2: Sí

Fatima: Así pasa el tiempo más rápido, ¿no? Y bueno, ¿de qué soléis hablar o qué soléis hacer, solo hablar o jugáis ahí a algo?

Niña 2: Jugamos piedra papel o tijera.

Fatima: ¿Mientras esperáis estais jugando? ¿Eso hace que pase el tiempo más rápido?

Niña 2: Sí.

Fatima: Muy bien. Tienes una hermanita, ¿no?

Niña 2: Sí.

Fatima: Y cuando vais al parque, ¿qué tal?

Niña 2: A veces cuando están sus amigas en el parque juega con ellas

Mariem: Vale, ¿qué es lo que te gustaría que pasara o la situación en la que te gustaría encontrarte para no esperar o evitar esperar? Me has dicho antes que sueles ir al parque del Simply en Misericordia ¿verdad? Por ejemplo, ¿Me dijiste que te gustaría que hubiera más tirolinas verdad? ¿Te gustaría? Si vas un día y te encuentras con más tirolinas de las que hay en el parque. ¿Te gustaría? Así no hace falta que esperéis y que la cola se alargue por una única tirolina. Si hay muchas, pues así esperas menos, ¿verdad?

Niña 2: Sí, que haya más de una.

Fatima: Muy bien.

ENTREVISTA NIÑO 1

Mariem: ¿Has acabado tu dibujo?

Niño 1: Sí.

Mariem: Vale, veo que te gusta el fútbol, ¿no?

Niño 1: Sí.

Mariem: Y Ronaldo, la camiseta de Ronaldo, la de Portugal, sí. ¿La tienes?

Niño 1: No.

Mariem: Entonces toca ahorrar para comprar jeje. Vale. ¿Me puedes explicar un poco? ¿Puedes explicar un poco de qué va tu dibujo? ¿Por qué has escogido dibujar esta situación?

Niño 1: Porque soy yo cuando estoy esperando el portero para que se prepare, para yo chutar la pelota.

Mariem: ¿Cómo te sientes esperando?

Niño 1: Cabreado.

Mariem: ¿Cabreado? ¿Tienes ganas de chutar ya y saber si la vas a marcar o no?

Niño 1: Sí.

Mariem: Vale. ¿Llevas mucho tiempo jugando a fútbol?

Niño 1: Sí, mucho.

Mariem: ¿Y siempre te pasa lo mismo siempre? ¿Siempre sientes la misma sensación de cabreado, a solo querer chutar?

Niño 1: Bueno, algunas veces también quieres regatear.

Mariem: ¿Sois mucha gente en el equipo? Por eso entre que pasáis todos tarda en llegar tu turno, ¿o sois pocos?

Niño 1: Somos muchos, y cuando me la pasan, siempre hacen faltas.

Fatima: Mientras esperas, ¿qué haces? Hasta que te toque el turno a chutar, ¿qué, qué es lo que haces?

Niño 1: Pues prepararme.

Mariem: Y para hacer que no sientas que la espera es muy larga, ¿qué es lo que haces en ese momento?

Niño 1: Jugar con una piedra como si fuese la pelota.

Mariem: Muy bien. ¿Y qué es lo que harías para no esperar? ¿Es decir, tú dices que hay muchos niños, no es mejor que haya pocos y así puedes chutar, no?

Niño 1: Sí, si somos pocos la rotación sería mas rapida.

DESPEDIDA Y FIN DE LAS ENTREVISTAS Y DE LA ACTIVIDAD

Nosotras: Vale, chicos, muchas gracias por vuestra participación, vuestros dibujos todos son un encanto, nos ha gustado mucho escucharos. Muchas gracias por vuestra participación, unas historias muy bonitas y muy distintas, cada uno con una experiencia diferente.

Y ahora queremos agradeceros por ser unos expertos en la espera y os merecéis unas medallas y también junto con una recompensa, por vuestra participación y cooperación.

Por ser unos expertos en esperar, chicos, os merecéis esa medalla, una medalla por ser expertos en la espera chicos.

Lo habéis hecho muy bien. Sois unos campeones.

Adiós, adiós.

Entrevista grupo 2

- Centro cívico Migjorn
- Dibujos de: Niña 5, Niña 8, Niña 3, Niño 10, Niña 9

INTRODUCCIÓN A LA ACTIVIDAD

Nosotras: Hola chicos y chicas ¿cómo estáis?

Niños: Bieeeeeennn!!

Fatima: Me alegro. Hoy vamos a hacer una actividad muy chula y muy divertida. Seguro que alguna vez os ha tocado esperar en algún sitio, ¿verdad?. Por ejemplo, en el supermercado, en el médico, en algún restaurante, en el dentista. Pues queremos saber cómo lo vivís vosotros, es decir, vuestra experiencia. Aquí no hay respuestas, ni malas, ni buenas. Solo queremos, pues eso, que nos contéis vuestra experiencia en cuanto a la espera.

Mariem: Vale. Muy fácil. Lo primero que tenéis que hacer es dibujar.
¿Os gusta dibujar?

Niños: Siiiiii.

Mariem: Y ¿Os gusta esperar?

Niños: No.

Mariem: Vale, pues queremos que nos representéis una situación que hayáis vivido, y que nos expliquéis un poco. ¿Cómo lo habéis vivido? ¿Qué sentíais en ese momento? ¿Que estabais haciendo? Más adelante comentamos el dibujo de cada uno. Y poco más, vamos a empezar. Vale.

ENTREVISTAS INDIVIDUALES: ANÁLISIS DE DIBUJOS

ENTREVISTA NIÑA 5:

Mariem: Vale, me puedes explicar un poco qué pasa en tu dibujo, qué es lo que representa.

Niña 5: Soy yo esperando en la cola de un supermercado.

Mariem: Vale. ¿Qué es lo que sentías en este momento? ¿Qué es lo que pasaba un poco, qué es lo que estaba viviendo en este momento?

Niña 5: Pues una cola muy larga de personas delante mío haciendo la compra, esperando para pagar.

Mariem: Muy bien. ¿Qué es lo que hacías para que esta larga espera se haga más rápida para que no la sientas? ¿Qué es lo que haces tú cuando te paras en la cola de un supermercado para distraerte y no solo fijarte en que la espera es larga? ¿Qué es lo que haces, cómo te distraes?

Niña 5: Pues mirando productos que están al lado de la caja.

Fatima: ¿Te dan ganas de comprarlos?

Niña 5: Pues...depende de qué productos.

Mariem: Muy bien y ¿cómo te sentías en ese momento, esperando?

Niña 5: Un poco enfadada porque no me gusta mucho esperar.

Mariem: Muy bien. ¿Y si pudieras hacer algo para que no haga falta esperar, que es lo que te gustaría ver o que pasara para que no sientas esa espera?

Niña 5: Pues que las cajeras fueran más rápidas. O que haya más cajas abiertas.

Mariem: Ajá, muy bien.

ENTREVISTA NIÑA 8:

Fatima: Bueno, cuéntame. ¿Qué pasa en tu dibujo? Por cierto, lo has dibujado perfecto, muy bonito.

Niña 8: Gracias.

Fatima: Cuéntame, ¿qué pasa en el dibujo?

Niña 8: He dibujado mientras esperaba la llegada del autobús para ir al colegio pero que tardaba en llegar.

Fatima: ¿Sí? ¿Suele pasar mucho que llegue tarde?

Niña 8: Sí, sí por tráfico.

Fatima: ¿Y cómo te sentiste mientras esperabas?

Niña 8: Aburrida, sentía que el autobús tardaba mucho y el tiempo pasaba lento.

Fatima: ¿Pasa muy lento el tiempo, no?

Niña 8: Sí y estoy enfadada también.

Fatima: Sí, claro. Y ¿qué hiciste o qué haces para que la espera sea más rápida?

Niña 8: Hablar con personas, ir a un parque que está cerca mientras llega el autobús o coger el móvil, que lo uso para distraerme, de esta manera el tiempo pasa más rápido.

Fatima: Vale, muy bien, perfecto. Pues muchas gracias.

ENTREVISTA NIÑA 3:

Fatima: Un dibujo muy bonito. He visto que has hecho un dibujo muy bonito. Bueno, cuéntanos ¿qué pasa en el dibujo?

Niña 3: Esta es la lavandería, yo cuando voy a la lavandería para poner la ropa y hay cola o las lavadoras están ocupadas me espero sentada con mi madre y mi padre.

Fatima: Esperas ¿no? ¿Y mientras esperas, cómo te sientes?

Niña 3: Bien. Muy tranquila.

Fatima: ¿Te gusta esperar?

Niña 3: No tanto.

Fatima: ¿Entonces no te sientes mal o enfadada?

Niña 3: No.

Fatima: ¿Te sientes bien?

Niña 3: Sí.

Fatima: Y ¿por qué te sientes bien?

Niña 4: Porque es algo que también tenemos que respetar, porque es algo de uso compartido y no tenemos que enfadarnos solo por una cosa cuando esperar es algo fácil y rápido.

Fatima: Entonces, ¿Tú estás acostumbrado a esperar?

Niña 3 : Sí, estoy acostumbrada.

Fatima: Cuéntanos una experiencia. ¿Por qué estás acostumbrada?

Niña 3: Desde el primer día que fui a la escuela me ha tocado esperar y pues como que siempre tendrás que esperar en todos lados, no es que te tengas que enfadar con los otros. Si te enfadas hay más problemas y nosotros en el mundo no queremos guerras ni problemas, por eso esperar es bueno y pues lo mejor que yo tengo es esperar.

Fatima: Claro, para ti la espera es algo bueno y ya estás muy acostumbrada y ya la espera para ti es algo normal, ¿no?

Niña 3: Sí.

Fatima: Muy bien. Bueno, pero ¿ha habido momentos en que has esperado y te has enfadado mucho o no?

Niña 3: No.

Fatima: No hay ninguna espera que te ha molestado ni nada?

Niña 3: No ninguna

Fatima: De acuerdo, pues muy bien. Es más, has hecho un dibujo muy bonito y nada, pues muchas gracias, guapísima.

ENTREVISTA NIÑO 10:

Mariem: Vale te voy a pedir que me expliques un poco de qué va tu dibujo.

Niño 10: Yo en un avión con mucha gente esperando para llegar al sitio.

Mariem: En este avión te encontrabas tú, entiendo ¿no?

Niño 10: Sí, con las personas de mi clase y profesores y otros alumnos de otras escuelas.

Mariem: ¿Os ibais de viaje a algún sitio?

Niño 10: Sí, a Finlandia.

Mariem: Muy bien.

Niño 10: Y tardamos mucho, como 3 horas para llegar y hacer escala para coger otro avión más de una hora. Y al llegar nos esperaba el autobús de otra hora.

Niño 10: Muy bien.

Mariem: Entiendo que no te gusta esperar, no porque se te hace muy largo el trayecto. Vale y ¿cómo te sentías en este momento esperando? ¿Qué es la sensación que sentías?

Niño 10: La sensación de querer llegar al al sitio ese, porque llevamos mucho, mucho tiempo esperando.

Mariem: Muy bien. ¿Qué es lo que te gustaría que hubiese pasado para que la espera no se hiciera tan larga?

Niño 10: Que llevaran un poquito más antes las maletas y todo, o sea, que las maletas se anticipen antes de que se monten las personas en el avión, de esta manera no tardar.

Mariem: Muy bien.

ENTREVISTA NIÑA 9:

Niña 9: Hola, ¿qué tal estás bien? Bien.

Fatima: Me alegro, me ha encantado tu dibujo, muy bien representado, muy bien dibujado. Y bueno, cuéntame.

Niña 9: Bueno, aquí como ves hay un hospital, como a mí no me gusta tanto esperar. Bueno, he elegido representar el hospital porque cada vez que voy y estoy enferma pues tengo que esperar mucho. Y aquí está mi familia.

Fatima: ¿Y cómo te sientes mientras esperas en el hospital? ¿Qué sensaciones? ¿Qué sentimientos?

Niña 9: Con rabia.

Fatima: Rabia, ¿no?

Niña 9: Sí.

Fatima: ¿Suelen esperar mucho, tardan mucho?

Niña 9: Sí.

Fatima: Eso es algo que no te gusta, no, claro. Mientras esperabas, ¿qué es lo que hacías?

Niña 9: Pues a veces miraba el móvil.

Fatima: Con el móvil pasa más rápido el tiempo, ¿no? ¿Qué es lo que harías? Es decir, si pudieras hacer algo para que el tiempo pasase más rápido, o sea, que fuese más divertido ¿qué harías? Además de estar en el móvil.

Niña 9: Pues dormiría.

Fatima: ¿Dormirías?

Niña 9: Dormiría, sí.

Fatima: ¿Y qué recomendaciones le darías al hospital? ¿Es decir, qué es lo que le recomendarías al CAP en este caso para que no se produjera este problema, para que no esperemos?

Niña 9: Pues cuando la gente esté enferma, que les den preferencia y pasen muy rápido.

Fatima: Es decir, que la gente que se encuentra enferma tenga preferencias ¿no?

Niña 9: Sí.

Fatima: ¿Otra alternativa que darías al hospital para esperar? Es decir, ¿cuando vas ahí no quieres que por ejemplo, te den algo interactivo?

Niña 9: Pues no sé.

Fatima: Tu quieres que sea rápido y ya está, ¿no?

Niño 9: Sí.

Fatima: Okay, perfecto. Pues. Muchas gracias. Un dibujo de 10, la verdad muy bien dibujado y muchas gracias de nuevo..

DESPEDIDA Y FIN DE LAS ENTREVISTAS Y DE LA ACTIVIDAD

Mariam: Vale chicos, ahora que hemos acabado queremos daros las gracias. Muchas gracias por vuestra participación. Bonitos dibujos, nos ha encantado escucharos, diferentes situaciones de espera y nada, procedemos a daros las gracias.

Fatima: Y como sois unos auténticos expertos en la espera, os damos una MEDALLA DE LA ESPERA, os la habéis ganado y además tenemos una pequeña sorpresita para vosotros. Y de nuevo gracias por participar.

Entrevista grupo 3

- Centro cívico Llevant
- Dibujos de: Niño 6, Niña 7, Niño 11

INTRODUCCIÓN A LA ACTIVIDAD

Fatima: Hola chicos, ¿cómo estáis?

Niños: ¡Bien!

Fatima: ¡Me alegro! Hoy vamos a hacer una actividad muy chula y muy divertida. Seguro que alguna vez os ha tocado esperar en algún sitio, ¿verdad?

Niños: Sí, sí. Casi siempre.

Fatima: Por ejemplo, en el supermercado, en un restaurante, en el médico, en el dentista... Momentos en que la persona está ahí esperando. Pues queremos saber cómo lo vivís vosotros. Aquí no hay respuestas ni buenas ni malas, solo queremos que nos contéis vuestra experiencia.

Mariem: Vale, ¿qué haremos? Muy fácil: dibujar. ¿Os gusta dibujar?

Niños: ¡Sí, me encanta!

Mariem: Vale, pues lo que os pediremos es que nos representéis una situación en la que tuvisteis que esperar. ¿Cómo lo vivíais? ¿Qué es lo que estabais haciendo? Lo que queráis, que nos representéis una situación en la que tuvisteis que esperar, y más adelante hablaremos un poco y nos explicaréis lo que habéis dibujado.

Fatima: ¡Vale, manos a la obra! Vamos a repartir las hojas.

ENTREVISTAS INDIVIDUALES: ANÁLISIS DE DIBUJOS

ENTREVISTA NIÑO 6

Mariem: Vale, quiero que me expliques un poco tu dibujo. ¿De qué va?

Niño 6: Mi dibujo va de cuando mi madre va a comprar y yo tengo que esperar afuera en un parque o en un banco.

Mariem: ¿Y se te hace muy larga la espera?

Niño 6: La verdad que no.

Mariem: ¿Te gusta esperar?

Niño 6: No mucho.

Mariem: Vale, ¿qué sentías en ese momento esperando? ¿Cómo te sentías?

Niño 6: Me sentía bien, porque casi siempre compra pocas cosas y el tiempo pasa rápido.

Mariem: Vale. Y mientras esperas, ¿qué es lo que estás haciendo? ¿En qué te distraes?

Niño 6: Pues... voy viendo a la gente o juego.

Mariem: Bueno. ¿Y qué es lo que te gustaría que pasara para que la espera no se te haga tan larga?

Niño 6: Pues estar con algún familiar o amigo esperando y poder divertirme con él.

ENTREVISTA NIÑO 11

Fatima: Bueno, muy bonito dibujo. Cuéntame, ¿qué pasa en él?

Niño 11: Pues un día normal de mi vida esperando al Moha que nunca baja. Y pues ahí donde pone "baja, cara huevo". Es una interpretación diciendo que baje ya porque está tardando mucho.

Fatima: ¿Quién es el Moha? ¿Es tu amigo?

Niño 11: Sí, es mi amigo.

Fatima: ¿Cómo te sentías mientras estabas esperando al Moha?

Niño 11: Pues aburrido, porque no tenía a nadie con quien hablar. Estaba chutando a la misma piedra todo el rato.

Fatima: ¿Sueles esperar mucho al Moha? ¿Suele tardar?

Niño 11: Sí, sí. Decimos una hora y tarda 10-20 minutos o más.

Fatima: ¿Y mientras estás esperándo, qué haces? Me has dicho que chutas una piedra...

Niño 11: Sí, una piedra, sí.

ENTREVISTA NIÑO 7

Mariem: Vale, quiero que me expliques un poco tu dibujo. ¿De qué va?

Niño 7: Vale, yo me he dibujado en los típicos bancos del hospital.

Mariem: ¿Esta situación la has dibujado porque sueles ir al hospital o por otro motivo?

Niño 7: Suelo ir poco, pero cuando voy me aburro muchísimo.

Mariem: ¿No te gusta esperar?

Niño 7: No.

Mariem: Vale. ¿Qué es lo que sientes cuando estás esperando?

Niño 7: Estoy muy aburrido. Me canso mucho, la verdad.

Mariem: ¿Qué es lo que te gustaría que hubiese o que se hiciera para que la espera no sea tan larga y no tengas que esperar tanto?

Niño 7: Más habitaciones dentro del hospital.

Mariam: Perfecto. ¡Muchas gracias!

Niño 7: De nada.

DESPEDIDA Y FIN DE LAS ENTREVISTAS Y DE LA ACTIVIDAD

Nosotras: Vale, chicos, muchas gracias por vuestra participación y por vuestra estancia aquí. Nos ha gustado mucho vuestros dibujos. ¡Muchas gracias por vuestra participación! Lo habéis hecho muy bien, y como sois unos auténticos expertos en la espera, os damos una medalla de la espera. ¡Os lo habéis ganado!