

DISEÑO DE PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE LA ANSIEDAD EN NIÑOS

TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

**CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EVALUACIÓN E INTERVENCIÓN DE LA
ANSIEDAD Y LA DEPRESIÓN**

BOGOTÁ D.C., MAYO 2018

DISEÑO DE PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE LA ANSIEDAD EN NIÑOS

TRABAJO DE GRADO

Ps. MSc. IVONNE EDITH ALEJO CASTAÑEDA

ASESORA

Liseth Bermudez 425613

Marcela Martinez 425311

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

**CURSO DE ESPECIAL INTERÉS EVALUACIÓN E INTERVENCIÓN DE LA
ANSIEDAD Y LA DEPRESIÓN**

BOGOTÁ D.C., MAYO 2018



Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:

Atribución-NoComercial 2.5 Colombia (CC BY-NC 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

hacer obras derivadas

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciante (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

“Las opiniones expresadas en este trabajo son responsabilidad de los autores; la Facultad de Psicología de la Universidad Católica de Colombia ha verificado el cumplimiento de las condiciones mínimas de rigor científico y de manejo ético.”

(Artículo 65 Reglamento Interno)

Agradecimientos

A la universidad por habernos brindado la oportunidad de explotar nuestras habilidades por medio de la formación otorgada.

A los profesores por el interés que han puesto para enriquecer nuestro proceso y encaminarnos por una carrera que más que permitirnos adquirir conocimiento nos hace crecer como personas y moldear nuestro futuro de forma satisfactoria.

A nuestros asesores de práctica que nos han brindado su apoyo frente a la propuesta del programa de prevención y nos han aportado algunas ideas.

Dedicatoria

A nuestras familias por haber apoyado nuestro proceso y dedicarnos cada minuto de su tiempo a complementar la educación que recibimos, por ser incondicionales y estar en los momentos que creímos que lo mejor era desistir, por ser nuestra fuerza y motivo para seguir, por inspirarnos a luchar por nuestros sueños, por estar aquí.

Tabla de contenido

Resumen,	1
Justificación,	2
Teorías de la ansiedad,	4
Prevención de la ansiedad en niños,	8
Factores de predisposición,	14
Objetivos,	21
Objetivo General,	21
Objetivos Específicos,	21
Estudio del Mercado,	22
a. Objetivo General del Estudio de Mercado,	22
b. Objetivos Específicos del estudio de Mercado,	22
c. Presentación del producto,	22
d. Nombre, logo,	23
e. Producto básico,	24
f. Producto real,	25
g. Producto ampliado,	26
h. Clientes – segmentación,	27
i. Mercado objetivo,	27
j. Mercado meta,	28
k. Competencia,	33
l. Directa,	33
m. Sucedánea,	33
n. Productos de la competencia,	33
o. Análisis DOFA,	34
p. Estrategias,	35
q. Canales de distribución,	36
r. Costos y Gastos,	37
s. Resultados del estudio de Mercado,	38
t. Conclusiones,	95

Referencias, 100

Apéndices, 105

Lista de tablas

Tabla 1. Composición de la población de Usaquéen clasificada por edad y género, 31.

Tabla 2. Datos Demográficos de los participantes, 38.

Tabla 3. Conocimiento de productos sobre ansiedad en niños, 39.

Tabla 4. Que le gusto del producto adquirido, 40.

Tabla 5. Que no le gusto del producto adquirido, 41.

Tabla 6. Pagaría de más por Actualizaciones y Capacitaciones, 43.

Tabla 7. Es solo el niño, quien debería hacer uso del producto adquirido, 45.

Tabla 8. Compraría un producto solo por los juegos si la gusta a su hijo, 48.

Tabla 9. Adquiriría un producto sobre ansiedad en niños por algún referido, 49.

Lista de figuras

Figura 1. Logo – Símbolo y Slogan de Anxiekit, 23.

Figura 2. Estratificación socioeconómica urbana localidad No. 1 – Usaquén, 32.

Figura 3. Valor respectivo que se le daría a un producto sobre Ansiedad en Niños: se observa la distribución de respuestas a la quinta pregunta de la encuesta de mercado, 42.

Figura 4. Lugar para adquirir un producto en relación con el manejo de ansiedad en niños: se observa la distribución de respuestas a la séptima pregunta de la encuesta de mercado, 44.

Figura 5. Opciones sobre actualización: se observa la distribución de respuestas a la novena pregunta de la encuesta de mercado, 45.

Figura 6. Parámetros de conformidad al adquirir un producto relacionado con el manejo de ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la décima pregunta de la encuesta de mercado, 46.

Figura 7. Objetivó de la adquisición de un producto relacionado con el manejo de la ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la onceava pregunta de la encuesta de mercado, 47.

Figura 8. Maneras de recibir información sobre un producto de ansiedad en niños: se observa la distribución de respuestas a la catorceava pregunta de la encuesta de mercado, 50.

Figura 9. Servicios complementarios a la adquisición de un producto sobre ansiedad en niños: se observa la distribución de respuestas a la quinceava pregunta de la encuesta de mercado, 51.

Figura 10. Tiempo de capacitación invertido: se observa la distribución de respuestas a la dieciseisava pregunta de la encuesta de mercado, 52.

Figura 11. Aspectos al momento de recomendar un producto: se observa la distribución de respuestas a la diecisieteava pregunta de la encuesta de mercado, 53.

Figura 12. Temáticas sobre producto relacionado con ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la dieciochoava pregunta de la encuesta de mercado, 54.

Figura 13. Factores que influyen en la decisión de compra de un producto relacionado con ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la diecinueveava pregunta de la encuesta de mercado, 55.

Figura 14. Valor agregado por capacitación y actualizaciones: se observa la distribución de respuestas a la veinteava pregunta de la encuesta de mercado, 56.

Figura 15. Identificación sobre producto relacionado con el manejo de ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la veintiunoava pregunta de la encuesta de mercado, 57.

Figura 16. Características sobre producto relacionado con el manejo de ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la veintidosava pregunta de la encuesta de mercado, 58.

Figura 17. Presentación sobre producto relacionado con el manejo de ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la veintitresava pregunta de la encuesta de mercado, 59.

Figura 18. Temas que debe tener un producto relacionado con el manejo de ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la veinticuatroava pregunta de la encuesta de mercado, 60.

Figura 19. Tipos de recursos que tiene un producto relacionado con el manejo de ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la veinticincoava pregunta de la encuesta de mercado, 61.

Figura 20. Aspectos, rasgos o atributos tiene un producto relacionado con el manejo de ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la veintiseisava pregunta de la encuesta de mercado, 62.

Figura 21. Presentación producto Anxiekit, 65.

Figura 22. Manual de Instrucciones de Anxiekit. Presentación producto Anxiekit, 65.

Figura 23. Tabla de Contenido de Anxiekit. Presentación producto Anxiekit, 66.

Figura 24. Manual de Instrucciones de Anxiekit. Presentación producto Anxiekit, 66.

Figura 25. Manual de Instrucciones de Anxiekit. Presentación producto Anxiekit, 67.

Figura 26. Especificaciones Tecnicas del Manual de Instrucciones. Presentación producto Anxiekit, 67.

Figura 27. Manual de Instrucciones botiquín. Presentación producto Anxiekit, 68.

Figura 28. Especificaciones Tecnicas del Manual de Instrucciones. Presentaciòn producto Anxiekit, 68.

Figura 29. Especificaciones Tecnicas del Manual de Instrucciones. Presentaciòn producto Anxiekit, 69.

Figura 30. Especificaciones Tecnicas del Manual de Instrucciones. Presentaciòn producto Anxiekit, 69.

Figrua 31. Mi diccionario. Presentacion producto Anxiekit, 70.

Figrua 32. Mi diccionario. Presentacion producto Anxiekit, 70..

Figrua 33. Mi diccionario. Presentacion producto Anxiekit, 71.

Figrua 34. Mi diccionario. Presentacion producto Anxiekit,71.

Figrua 35. Mi diccionario. Presentacion producto Anxiekit, 72.

Figrua 36. Mi diccionario. Presentacion producto Anxiekit, 72.

Figrua 37. Mi diccionario. Presentacion producto Anxiekit,73.

Figrua 38. Trucos Secretos (Padres y Docentes). Presentaciòn producto Anxiekit, 73.

Figura 39. Trucos Secretos (Padres y Docentes). Presentaciòn producto Anxiekit, 74.

Figura 40. Trucos Secretos (Padres y Docentes). Presentaciòn producto Anxiekit, 74.

Figura 41. Trucos Secretos (Padres y Docentes). Presentaciòn producto Anxiekit, 75.

Figura 42. Trucos Secretos (Padres y Docentes). Presentaciòn producto Anxiekit, 75.

Figura 43. Consejos para mis apapitos y Profesores. Presentaciòn producto Anxiekit., 76.

Figura 44. Consejos para mis apapitos y Profesores. Presentaciòn producto Anxiekit., 76.

Figura 45. Consejos para mis apapitos y Profesores. Presentaciòn producto Anxiekit, 77.

Figura 46. Consejos para mis apapitos y Profesores. Presentaciòn producto Anxiekit., 77.

Figura 47. Consejos para mis apapitos y Profesores. Presentaciòn producto Anxiekit, 78.

Figura 48. Calcomanias de mis Emociones (Estrategias niños y Padres). Presentaciòn producto Anxiekit, 78.

Figura 49. Calcomanias de mis Emociones (Estrategias niños y Padres). Presentaciòn producto Anxiekit, 79.

Figura 50. Calcomanias de mis Emociones (Estrategias niños y Padres). Presentación producto Anxiekit, 79.

Figura 51. Jugando en Familia. Presentación producto Anxiekit, 80.

Figura 52. Jugando en Familia. Presentación producto Anxiekit, 80.

Figura 53. Jugando en Familia. Presentación producto Anxiekit, 81.

Figura 54. Jugando en Familia. Presentación producto Anxiekit, 81.

Figura 55. Jugando en Familia. Presentación producto Anxiekit, 82.

Figura 56. Jugando en Familia. Presentación producto Anxiekit, 82.

Figura 57. Liz la Marmota. Presentación producto Anxiekit, 83.

Figura 58. Liz la Marmota. Presentación producto Anxiekit, 83.

Figura 59. Liz la Marmota. Presentación producto Anxiekit, 84.

Figura 60. Liz la Marmota. Presentación producto Anxiekit, 84.

Figura 61. Armando mis Miedos. Presentación producto Anxiekit, 85.

Figura 62. Armando mis Miedos. Presentación producto Anxiekit, 85.

Figura 63. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit, 86.

Figura 64. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit, 86.

Figura 65. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit, 87.

Figura 66. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit, 87.

Figura 67. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit, 88.

Figura 68. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit, 88.

Figura 69. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit, 89.

Figura 70. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit, 89.

Figura 71. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit, 90.

Figura 72. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit, 90.

Figura 73. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit, 91.

Figura 74. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit, 91.

Figura 75. Expreso loque siento. Presentación producto Anxiekit, 92.

Figura 76. Que es lo que siento. Presentación producto Anxiekit, 92.

Figura 77. Que es lo que siento. Presentación producto Anxiekit, 93.

Figura 77. Mis premios. Presentación producto Anxiekit, 93.

Figura 78. ¿Cuándo debo pedir ayuda?. Presentación producto Anxiekit, 94.

Figura 79. ¿A quien llamo?. Presentaciòn productò Anxiekit, 94.

Lista de apéndices

Apéndice A. Encuesta de mercadeo, 106.

DISEÑO DE PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE LA ANSIEDAD EN NIÑOS

Resumen

El objetivo del presente trabajo es diseñar un programa de prevención de ansiedad en niños de 8 a 12 años de edad, teniendo en cuenta como factores de mantenimiento y vulnerabilidad los déficit en regulación emocional y habilidades sociales, con el fin de entrenar a los padres en la detección temprana de la sintomatología ansiosa y potencializar en los niños habilidades que permitan manejar las respuestas ansiosas en los diferentes canales (cognitivo, fisiológico y conductual) para dar una respuesta adaptativa frente a situaciones que el perciba como demandantes, teniendo en cuenta que no se genere obstrucción en su desarrollo ni en su relación adecuada con el contexto social.

Este programa de prevención se realizará por medio de un producto el cual consiste en un botiquín para el uso de los padres con el objetivo de orientar el proceso que deben realizar para con sus hijos teniendo en cuenta el nivel en el cual se presenta la problemática modificar algunos aspectos de dinámica familiar que contribuyan a un ambiente favorable para el niño.

Palabras Clave: ansiedad (SC03315), niños (SC08830), prevención (SC40290), solución de problemas (SC40550) expresión emocional (SC 16960-91).

Justificación

A través de las investigaciones que han tomado curso durante las diferentes épocas se ha logrado identificar que la ansiedad es una de las patologías más comunes a nivel psicológico en los seres humanos, entendiendo que ha sido una variable presente desde la existencia del mismo, es pertinente tener en cuenta que la ansiedad no solo es vista como patología sino que además ha sido útil para la supervivencia de nuestros antepasados, es decir que podría afirmarse que hay una “ansiedad normal” que está relacionada con las situaciones cotidianas a las que debemos dar respuesta y que pueden sustentar la función adaptativa de la misma en los humanos como una emoción que prepara a la personas para realizar tareas cotidianas que implican estar alerta ante posibles amenazas. (Reyes, 2011).

En concordancia con lo acuñado por este autor, Gutiérrez (2010) afirma que la ansiedad es considerada la más común e universal de las emociones y se asocia con preocupación anticipada ante acontecimientos futuros. Adiciona que está relacionada con el miedo ante un peligro inminente que incluye sensaciones intensas y displacenteras.

A pesar de la relación del miedo con la ansiedad, según Agámez (2016) es indispensable realizar una diferenciación entre estos dos conceptos. Es por esto que el primero es preciso definirlo como un estado cerebral que ha sido desencadenado por una amenaza presente e impulsa al individuo a evadir o escapar del mismo, pese a que en la ansiedad se da este mismo resultado y también refiere a un estado cerebral, las sensaciones que la componen están asociadas a un estímulo amenazante al igual que en el miedo, pero que en este caso está ausente.

Teniendo en cuenta lo anterior, existe una relación entre la definición dada por Gutiérrez (2010) y la que compone la conceptualización que realiza la Secretaría de Salud de México (2010) la cual está enfocada principalmente en las sensaciones displacenteras asociadas al experimentar ansiedad, en el cual van incluidos aspectos de tipo somático y psíquico, menciona al igual que los demás autores revisados que puede presentarse como una reacción adaptativa, un síntoma

o un trastorno. La configuración de la última expresión de la ansiedad según López (2002) citado en Cuba et al. (2010) refiere al sistema de respuesta de la misma, desbordado y funcionando de manera incorrecta en el que el sujeto experimenta sensación de parálisis e indefensión que puede permear su funcionamiento psicosocial, es decir que irrumpe sus actividades cotidianas con respecto a cada una de sus áreas de ajuste, además de lo mencionado Cejudo y Vindel (2008) citado en Penagos, Reyes, Rodríguez y Gantiva (2013) afirma que una vez se producen estos desajustes anteriormente mencionados generan un profundo malestar que se experimenta por el individuo de forma excesivamente intensa y con una alta frecuencia, durante la presencia de dicho malestar según Pérez y Noguera (2013) hay presencia de diferentes síntomas físicos, asociadas la misma surgen como la forma de preparar al cuerpo para enfrentar una amenaza, los síntomas son muy desagradables y a veces aparecen sin razón aparente, lo que hace que quienes lo sufren puedan pensar que ese dolor se refiere un mal físico grave, esto se debe a que cuando un individuo tiene estrés el cuerpo libera adrenalina, compuesto químico que gestiona en el cuerpo preparación para la lucha o huida frente a algo potencialmente amenazador, a partir de esta liberación puede producirse hiperventilación porque se respira con mayor rapidez y de forma más superficial, este modo de respirar disminuye la cantidad de dióxido de carbono generada en los pulmones y se desencadenan una serie de procesos que derivan en los síntomas físicos de ansiedad.

Según Colombiana de la Salud S.A (2014) la ansiedad hace referencia al estado de agitación e inquietud caracterizado por una anticipación al peligro, frente al cual en ocasiones hay predominio de síntomas psíquicos y sensaciones de catástrofe, asociadas a síntomas de tipo cognitivo y fisiológico, manifestando una reacción de sobresalto donde la persona que lo experimenta intenta buscar algún tipo de solución al peligro percibido. De este modo para comprender de forma más específica todo lo que está relacionado con ansiedad es necesario adentrarnos en las teorías que a través del tiempo han tenido lugar y se han aproximado a la explicación de la misma desde cada uno de los modelos.

Teorías de la ansiedad

Se plantea entonces inicialmente frente a las teorías conductuales el condicionamiento clásico para explicar la ansiedad propuesto por Watson y Rayner (1920) citado en Belloch (2009) quienes establecieron en una publicación antigua uno de sus más importantes experimentos que sustentaba la adquisición del miedo por medio de aprendizaje; la conclusión que se obtuvo a partir de ese estudio está relacionada con el principio de equipotencialidad, el cual sustenta que cualquier estímulo o situación neutro/a inicialmente es capaz de generar respuestas de miedo al asociarse con estímulos nocivos (elicitadores naturales de miedo; ED).

Otro aspecto importante de esta teoría que fue de gran utilidad para explicar la adquisición de la ansiedad está relacionado con las características que posee una respuesta emocional: a) Repetición (entre más veces se presente el estímulo, es más fácil que pueda presentarse una respuesta ansiosa) b) Intensidad (entre más aversivo sea más probabilidad hay en que se presente una respuesta ansiosa c) Similaridad (sí son “parecidos” los estímulos pueden elicitar las mismas respuestas ansiosas).

Frente a las ideas que sustentan este postulado se empezaron a encontrar algunas cosas que se quedaban cortas para explicar de manera completa los aspectos relacionados con ansiedad, así que se generaron algunas críticas que potencializaron el nacimiento de nuevas teorías que intentan dejar atrás esos aspectos que aparentemente tenían falencias e incluir unos nuevos; dentro de esas críticas habían tres principales: a) Al principio de equipotencialidad puesto que no todos los estímulos tienen las mismas propiedades y por lo tanto no todos pueden generar respuestas de ansiedad b) No siempre las experiencias aversivas son suficientes para que se presenten trastornos de ansiedad c) Si no se presenta el estímulo porque se sigue presentando la respuesta de ansiedad.

Por otro lado con respecto al condicionamiento clásico y operante propuesto desde el modelo bifactorial mediacional de Mowrer citado en Belloch (2009) Teniendo en cuenta que es el segundo más importante acerca del condicionamiento de la ansiedad aclara y explica el fenómeno de no extinción de

la respuesta condicionada de miedo, incluye dos formas de aprendizaje (condicionamiento clásico y condicionamiento operante) el primero se evidencia a partir de una fase inicial en la cual se presenta la adquisición del miedo por medio del condicionamiento pavloviano y se presenta una respuesta condicionada al miedo, posteriormente esa respuesta adquiere propiedades de *drive* lo que quiere decir que tiene características con capacidad para mediar o motivar la producción de una conducta instrumental ya sea de escape o de evitación; En la segunda fase se da un proceso de evitación activa lo cual representa no solo evitar un castigo (EI) sino escapar de la exposición al estímulo (EC), si esta conducta se efectúa de manera satisfactoria posterior a ello se reduce el malestar generado por el miedo y de esa manera se refuerza negativamente la conducta de evitación. Por esta razón el miedo adquiere propiedades de *drive* puesto que motiva las respuestas de evitación y la reducción del malestar es lo que mantiene la conducta; Adicionalmente este modelo intenta explicar la paradoja neurótica acuñando la existencia de una protección contra la extinción de respuestas de las RC clásicas.

En relación con lo anterior, es pertinente mencionar otra teoría que incursionó dentro de las cuales buscaban dar explicación a la adquisición de la ansiedad, esta teoría es la de la incubación propuesta por Eysenck fundamentado como el tercer gran modelo de condicionamiento, este postulado sostiene que la ansiedad se adquiere y se mantiene por condicionamiento pavloviano tipo B, por lo tanto el EI y el EC tienen propiedades de *drive*, esto quiere decir que impulsan o motivan la respuesta, teniendo en cuenta que el RC actúa como agente reforzador por su similitud con la respuesta incondicionada y efectuándose la respuesta nociva que argumenta que aun cuando no se presente el EI, el EC generará la misma respuesta por su similitud.

Adicionalmente cabe aclarar que el mismo acoge elementos importantes para explicar la incubación o decremento de la ansiedad, teniendo en cuenta la fuerza de la respuesta con la duración de la exposición ante el EC, es decir que conforme a lo anterior si se presenta mucha intensidad con una exposición corta se presenta incubación; pero si por el contrario se da mucha intensidad, pero hay una

exposición larga en duración permitirá un decremento de la respuesta ansiosa. (Belloch 2009)

Desde la perspectiva cognitiva, Según Clark y Beck (2012) la primera teoría que se acuña es la teoría cognitiva de Beck, en la cual se sustenta la etiología de los trastornos de ansiedad basados en tres factores importantes que la configuran: a) presencia de creencias disfuncionales acerca del significado de situaciones o experiencias en específico b) A partir de la estructura de la personalidad del individuo se deriva una alta valoración subjetiva de la importancia de experiencias específicas c) Ocurrencia de un evento estresor específico que se interrelaciona con las creencias disfuncionales del individuo.

En esta teoría Beck hace uso del concepto “esquemas” para explicar de forma más compleja como las creencias disfuncionales de la persona influyen significativamente el procesamiento de la información. Para Beck los esquemas “son estructuras funcionales de representaciones relativamente duraderas del conocimiento y la experiencia anterior”.

Principalmente en los procesos cognitivos estas estructuras son quienes conducen la codificación, organización, percepción almacenamiento y la recuperación de los datos que componen la información que se obtiene de manera externa; Si la información no es consistente con los esquemas se elimina o se olvida. Estos esquemas denominados ansiógenos se diferencian de los “normales” por propiedades que tienen contenido de reglas, creencias tácticas estables en el individuo acerca de aspectos relacionados con la triada afectiva (percepción de sí mismo, el otro y el mundo), de manera posterior a la activación de dichos esquemas el procesamiento de la información es afectado y se presenta de tal manera en la que se canaliza y desemboca en filtros a través de los cuales se interpreta la realidad, estos filtros son a) Inferencias arbitrarias: obtener conclusiones sin evidencia, b) abstracción selectiva: focalización de elementos específicos de una situación mientras que se dejan de lado los más importantes c) sobre generalización: aplicar una conclusión a distintas situaciones por una experiencia individual. d) maximización / minimización: distorsión de la importancia del suceso. e) personalización: relacionar aspectos externos con sí

mismo, en ausencia de evidencia que justifique la conexión, f) pensamiento dicotómico/ absolutista: tendencia a evaluar todas las situaciones en términos de una específica.

Como hemos logrado determinar a partir de la revisión teórica todos los autores acuñados coinciden en que el abordaje de la ansiedad requiere tener en cuenta distintos elementos que están relacionados con la manifestación de la misma que se puede dar desde edades tempranas en las etapas del desarrollo del ser humano, pero frente a las cuales hay unas que requieren un especial cuidado y por esto me refiero a las correspondientes a la infancia, puesto que inherentes a las mismas existen miedos que son comunes pero que podrían confundirse con “ansiedad” puesto que es posible que se presenten algunas de las sintomatologías asociadas a esta, por lo cual en caso de antes realizar algún tipo de diagnóstico es importante que se revise la edad del niño y los miedos que corresponden a esa edad específica además es importante mencionar que en algunos casos esos miedos pueden permanecer sin configurarse como ansiedad.

Teniendo en cuenta lo anterior es importante que los padres le den el manejo adecuado a los miedos de sus hijos, puesto que en caso de que no se gestionen de manera correcta pueden convertirse en problemas mucho más difíciles de manejar en edades más avanzadas. Según Salanic (2014) para el manejo adecuado de la emoción de miedo frente a un estímulo es importante tener en cuenta que es necesario generar en los hijos la confianza y las herramientas suficientes para que el niño pueda expresar sus miedos, sin sentir vergüenza por hacerlo debe escucharse de manera respetuosa y a partir de la aceptación de los mismos, enseñarle de qué forma pueden manejarse, por esta razón esto se relaciona con lo que menciona Mandil (2009) orientado a que cuando estos miedos son desproporcionados persistentes e inadecuados para la edad en la que están presentes, podría presumirse acerca de la existencia de un trastorno, por lo cual es importante considerar si este problema afecta las relaciones sociales del niño y otros aspectos que pueden verse perjudicados a partir de la aparición de la sintomatología. Weems (2008) citado en San Esteban (2015) concuerda con este autor, puesto que menciona que los trastornos de ansiedad repercuten de manera

negativa en la vida de los infantes, afectando de modo notorio su contexto escolar y familiar, lo cual ha creado una alerta frente a los ámbitos educativos y clínicos orientados a identificar de forma temprana la presencia de sintomatologías ansiosas, teniendo en cuenta que este es el motivo más común de consulta con respecto a la población infantil. Rapee (2016).

Prevención de la ansiedad en niños

Los pequeños, al igual que los adultos, pueden experimentar ansiedad teniendo como punto de inicio diferentes factores que van desde los cambios en el desarrollo, hasta los entornos sociales. La ansiedad en niños puede manifestarse con síntomas de carácter físico, así como síntomas cognitivos que tienen que ver con las ideas y pensamientos que van creando en relación a una situación en particular (Orgiles, Mendez, Rosa y Candido, 2009).

La ansiedad patológica se define como un estado emocional desproporcionado en la respuesta emotiva a consecuencia de determinada situación, en la cual el niño manifiesta un sin número de emociones, como temor, ira, inseguridad e intranquilidad, entre otras, y de las cuales la primera emoción a la que se vinculan es el miedo. Ruiz y Lago (2011) y Delgado y Gómez, (2015) concuerdan con lo anterior afirmando a su vez que la ansiedad patológica, además de lo mencionado, se desarrolla por la aparición excesiva de malestar sin causa objetiva que lo argumente, presentándose por medio de sentimientos de malestar, incomodidad y desagrado en el niño, y refiriéndose a la misma como un miedo constante e irracional que desajusta la vida diaria del infante en varios niveles. Así mismo, se postula una relación con la soledad, la culpabilidad y la vergüenza como predictores que generan ansiedad, indicando que los sentimientos de culpabilidad son evaluaciones negativas de fracaso, culpa y búsqueda de aprobación por parte de su entorno, y la vergüenza se enlaza con la timidez evidenciando la presencia de temor hacia la exposición social, que involucre la interacción con otras personas en circunstancias que son nuevas.

Para que se dé la regulación de dichas emociones es importante mencionar algunos aspectos que pueden facilitar el desarrollo de este proceso de manera

efectiva. Dentro de estos elementos, el primero que encontramos está relacionado con la importancia de que el niño aprenda a identificar sus propios sentimientos antes de buscar una comprensión adecuada de los sentimientos de los demás. Cuando se logra la mencionada identificación, se habla de empatía, la cual se concibe como situarse en el lugar del otro. A partir de allí, el infante es consciente de sus sentimientos, las causas de los mismos e implicaciones futuras. Para que la empatía aflore en el niño es necesario que se le proporcione un aprendizaje de tipo informacional explicándole que no todos los seres humanos sienten de la misma manera, del sentido de la individualidad, de los deseos, miedos, etc (Fernández y Extremera, 2014).

En segundo lugar, la capacidad de control sobre las expresiones emocionales que se evidencia en el niño, en especial las negativas, se desarrollan en sus primeros años de vida, influyendo en la evolución de las conductas en relación a su entorno y cómo el infante se adapta a las mismas. Adicionalmente Schore (2012) y La UNICEF (2012) concuerdan en que la regulación afectiva se desarrolla en la interacción con otras personas y con su entorno, además resaltan la importancia de un contacto físico, emocional y la habilidad para establecer una comunicación asertiva.

Díaz - Sibaja, Trujillo y Peris-Mencheta (2007) citado en Lacunza y Gonzalez (2011) afirman que uno de los factores de protección en contra de los trastornos psicológicos más estudiados está vinculado a las habilidades sociales. Por medio de dichos factores se ha demostrado que las dificultades que se presentan en las mismas habilidades sociales afectan la autoestima del niño y no permiten una construcción adecuada de redes de apoyo. Por el contrario, si se presentan de manera satisfactoria, pueden actuar de forma positiva puesto que reciben refuerzo por parte de sus pares y de sus familiares desembocando en un desarrollo exitoso del proceso.

Según lo indica Jiménez, et al., (2014) se puede entender cómo afecta la ansiedad en el entorno en que se desenvuelve el individuo porque la misma se presenta con síntomas fisiológicos entre los que se cuentan la sudoración, aumento de la tasa cardíaca y temblor en las extremidades, que a su vez

desencadenan pensamientos y anticipaciones negativas que se evidencian en el niño con frases como “no puedo hacerlo”, “me van a ver nervioso(a)”, “no sé cómo conversar”, que, finalmente, afectan el concepto que tiene de sí mismo. Sin embargo, el problema no reside en no saber cómo comportarse en determinada ocasión, sino en el bloqueo, sentir la necesidad de huir y no ser expuesto a la crítica. Cuando se habla de estos síntomas nos referimos a interferencias, las cuales son de carácter perceptivo-cognitivo, emocional y motivacional, de acuerdo a estilos de pensamiento que no son propios de los niños pero que son consecuencia de un componente de aprendizaje de tipo informacional y vicario transmitido por sus padres o figuras de autoridad cercanas, que de alguna manera proporcionan al niño información sesgada acerca de cómo deben relacionarse con el medio, o en caso de tener una figura de autoridad inhabilitada socialmente, cómo deben “escapar” del mismo. En otras palabras, el individuo sabe cómo comportarse en determinadas situaciones, pero teme hacerlo, ya sea por ansiedad, miedo al fracaso, o dificultades al efectuar una respuesta, todo por sus autoafirmaciones negativas. Es diferente el niño que no sabe qué hacer en una situación social determinada, al niño que sabe lo debe hacer, entendiendo cuál es la respuesta socialmente adecuada, pero fracasa en llevarla a cabo por múltiples razones. Según el modelo de déficit de habilidades sociales, los problemas de competencia social se interpretan como que el sujeto no tiene las conductas y habilidades necesarias para actuar en una determinada situación interpersonal y no sabe por qué nunca lo ha aprendido. En el modelo de interferencia, el sujeto tiene habilidades necesarias, pero no las pone en juego por factores emocionales, cognitivos y/o motores que interfieren con su ejecución (Torres, 2014).

El tercer elemento que puede desencadenar vulnerabilidad al desarrollo de trastornos de ansiedad está relacionado con la solución de problemas. Es importante mencionar que, si se presenta en el infante un déficit en este aspecto, frente a factores estresores como el ámbito escolar, puede generarse un desarrollo de ansiedad patológica. Con lo anterior presente, los principales factores inherentes al ciclo en el que se encuentran los infantes hacia los que va dirigido el programa, según Piaget citado por Papalia (2004), corresponden a la etapa de

operaciones concretas en las cuales, mediante operaciones mentales, se pueden resolver problemas concretos. Es aquí donde empiezan a tener habilidades para pensar de manera lógica permitiéndoles tener en cuenta elementos que corresponden a una misma situación o momento.

Dentro de los estudios sobre prevención de la ansiedad destaca el realizado por Fox, Warner, Lerner, Ludwig, Ryan, Colognori, Lucas & Brotman (2012), en cual, a dieciséis niños en etapa preescolar, con edades entre tres y cinco años, en acompañamiento de sus padres, se aplicó un proyecto de intervención preventivo relacionado con el fortalecimiento del desarrollo emocional temprano (SEED). Se trató entonces de un plan que se enfocaba en la comprensión de la ansiedad y los factores asociados que se presentaban en el niño cuyas medidas se basaron en las actitudes de los padres, el conocimiento que tenían sobre el trastorno y la ansiedad que les generaba el hecho, y las cuales se establecieron en evaluaciones hechas por médicos y por los mismos padres. Sobre los resultados, afirman que los padres informaron mayor confianza, comprensión y capacidad para actuar en un momento de ansiedad en los niños. De la misma manera, este hecho colaboró con la disminución de los síntomas de ansiedad en los participantes infantiles.

Así mismo, existen estudios relacionados con la prevención en adolescentes que evidenciaban rasgos de ansiedad y depresión relacionados con problemas familiares, es decir, con actividad psicopatológica en los padres. El estudio se llevó a cabo con la participación de 160 adolescentes con edades entre once y quince años separados en un grupo experimental, a los que se les aplicó un plan preventivo de seis semanas, y uno de control. Luego de separar los grupos, se les realizó la respectiva medición de línea de base para, posteriormente, iniciar como tal las actividades. El proyecto se dividió en dos fases: la primera se relacionaba con los síntomas depresivos, y la segunda con síntomas de ansiedad. Además, se llevó a cabo un seguimiento inicial a los seis meses, y luego a los doce meses, donde se les preguntó a los padres de los participantes la expresión de la sintomatología de sus hijos. Los resultados indicaron que el programa fue

efectivo porque disminuyó el riesgo en los adolescentes de desarrollar niveles clínicos de ansiedad o depresión (Rasing, Creemers, Janssens & Scholte, 2013).

Otro estudio sobre prevención en cuanto a ansiedad fue el realizado por Starrenburg, Kuijpers, Kleijan, Hutschemaekers & Engels, (2017), con el cual midieron la efectividad del programa Coping Cat en 141 niños de escuelas holandesas con edades entre siete y once años, separados en dos grupos (experimental y de control), que mantenían altos niveles de ansiedad. Se realizaron las respectivas evaluaciones iniciales, posteriormente la intervención preventiva y por último un seguimiento de tres meses. Como resultado, en el grupo al que fue presentado el programa Coping Cat, se vio una mejoría en cuanto a los autoinformes realizados por los niños, además de cierto control en cuanto al manejo de los niveles de ansiedad.

Por otro lado, hay otros autores que presentan su concepción con respecto a la regulación emocional (RE), entre ellos Buckley, Storino y Saarni, (2003) quienes indican que la misma se concibe como una forma de afrontamiento, interpretando esto cómo la forma en la que reacciona el individuo ante estresores centrandose su mirada en la autorregulación conductual, concepto que se entiende como el inicio, ajuste, interrupción, extremo o alteración del comportamiento en función de metas. Para que este proceso pueda darse de forma efectiva, debe incluirse dentro de un marco de relaciones con otros seres humanos con el fin de que, potencialmente, se genere una adecuada comunicación con el entorno que lo rodea, mediante el contacto físico y emocional, permitiendo al niño establecer estrategias que le proporcionen calma ante situaciones de necesidad, y así aprender a regular por sí mismo sus emociones.

De la misma forma que la ansiedad está presente en diferentes estados emocionales del niño, asimismo debe ser consciente respecto a la capacidad que debe desarrollar en cuanto al autocontrol y los patrones de RE, teniendo en cuenta que las emociones brindan información al niño sobre sí mismo, su ambiente, y la relación que tiene con él. La base de la RE es la señal que debe tener un niño en cuanto a la comprensión e integración de la información emocional, entendiendo

cómo aplicarla según las metas personales, sociales e interpersonales (Figuroa, 2010). La RE es un continuo proceso de control cuyo objetivo es manejar cómo, cuándo, y dónde, e identificar la emoción para así mismo tener un adecuado procesamiento de la misma (Bell y Wolfe, 2013). Por consiguiente, es en la infancia donde el niño desarrolla la capacidad de autorregularse, y en ese proceso está inmersa la dependencia al adulto para desarrollar una adecuada RE.

El modelo de proceso de regulación emocional de (Gross y Thompson, 2009) postula que las estrategias de regulación, valga la redundancia, se diferencian según el contexto en el que tienen su primer impacto, y todo el despliegue transitorio del encadenamiento emocional que este conlleva. Los niños que son capaces de regular su activación emocional en el entorno social, poseen mayor facilidad de interactuar con su entorno, afirma Andrés, Juric, Castañeiras y Richaud de Minzi (2016) en un estudio realizado con lo aprendido por Dowell y Parke (2000). Teniendo en cuenta lo anterior, es importante utilizar distintas estrategias que le permitan al individuo regular las emociones propias, puesto que la supresión de las mismas genera efectos perjudiciales en el ser humano, que además de poder desencadenar posibles trastornos psicológicos, podría relacionarse con afecciones médicas. (Porro y Confortí 2011)

Uno de los principales factores de la prevención, que está relacionado con las investigaciones anteriormente nombradas, corresponde a la detección temprana de la presencia de la ansiedad en los niños. Podría afirmarse que dicho factor permite identificar algunos de los aspectos más importantes, como lo son la regulación emocional, solución de problemas y habilidades sociales, en los cuales se debe trabajar para evitar un incremento en el trastorno de ansiedad. Es más, en algunos casos se podría afirmar que el déficit en la identificación de los aspectos anteriormente mencionados genera vulnerabilidad a la aparición de la patología.

Según Vera (2009), a partir de investigaciones de tipo experimental, se ha logrado concluir que, en situaciones en las que se intenta suprimir la emoción, los individuos reaccionan con niveles altos respecto a la activación fisiológica. Aun cuando la emoción subjetiva redujera en algún nivel, se concluye que la supresión o el manejo inadecuado de la emoción puede ser un factor de vulnerabilidad para

desarrollar trastornos de ansiedad; y es tanta la importancia de este aspecto que Barlow, Allen y Choate (2004) han compartido la necesidad de generar, dentro de los planes de intervención, un módulo especial dedicado a trabajar todo lo relacionado con dicha conclusión. De este modo, podría vincularse lo anteriormente mencionado al principal motivo por el cual este programa de prevención va orientado a la población masculina, teniendo en cuenta que, a nivel cultural, en relación con el aprendizaje vicario y de tipo informacional, la expresión emocional del hombre es castigada por la sociedad.

Reafirmando lo anterior, Lasa (2014) afirma que la supresión de emociones se da en mayor medida en la población masculina, al igual que la evitación a experimentarla y expresarla, puesto que su rol supone características específicas que se quedaron en habilidades para la supervivencia, y a nivel personal se presentan dificultades que, si son detectadas a edades tempranas, se puede realizar un proceso acorde que cumpla con cada uno de los elementos que configuran dentro de la misma vulnerabilidad.

Factores de predisposición

Es importante ratificar que el manejo inadecuado de la conclusión previa puede tener como consecuencia la predisposición al desarrollo de la patología. Es por ello que es pertinente diseñar un programa que sea orientado a los padres, con el fin de que se proporcione una guía del proceso que se debe llevar a cabo tanto en la ausencia, como en la presencia del trastorno, dependiendo la fase en la cual se encuentre. Bien sea en prevención de riesgos o intervención temprana, dicha directriz debe permitir guiar a los acudientes hacia algunas modificaciones en los mantenedores de tipo contextual para que se pueda crear un ambiente acorde, con el objetivo de favorecer un desarrollo adecuado del niño para enfrentar los posibles estímulos generadores de ansiedad y las herramientas necesarias para responder a ellos de manera adaptativa. Para ello se debe tener en cuenta que, en la ansiedad, según Rodríguez (2010), se encuentran estados emocionales de tensión, cuya base es un estímulo tanto positivo como negativo. Cuando el niño

logra continuar con mayor seguridad esto se refleja en una adaptación a su entorno sin frustrar su fin como individuo en su círculo social, familiar y personal.

Siendo el objetivo distinguir si hay o no presencia del trastorno ansiedad por la incapacidad del niño para relacionarse con otros y con su entorno, es necesario tener en cuenta cual es el significado de habilidades sociales. Para Dongil y Cano (2014), se definen como un conjunto de capacidades y destrezas que permiten al individuo relacionarse en su entorno de manera adecuada, siendo capaz de expresar sentimientos, opiniones, y necesidades, según las situaciones que lo requieran sin ninguna negación o discriminación de contextos. Así mismo, se entienden como las capacidades o destrezas sociales necesarias para ejecutar competentemente la interacción con su entorno (Pérez ,2009). Por consiguiente, puede resumirse que las habilidades sociales son un conjunto de comportamientos o conductas ejecutadas por un mismo sujeto en un determinado contexto interpersonal, por medio de las cuales expresa sentimientos, deseos, opiniones y actitudes de un modo adecuado y aceptado por los demás, esto con el fin de respetar la conducta del receptor y resolviendo los problemas que puedan presentarse (González, 2014).

Por otra parte, el déficit en habilidades sociales está relacionado con la predisposición a la ansiedad, puesto que a medida que el niño es más consciente de las sensaciones que experimenta va generando una respuesta de evitación a las situaciones que impliquen tener que exponerse al malestar que percibe. De igual manera, Esparza y Rodríguez (2009) afirman que, los niños que tienen dificultades para relacionarse con sus pares, son percibidos por sus compañeros como tímidos o aislados, y a partir de ello pueden hacerse presentes algunos síntomas de ansiedad que son poco controlables en los infantes. Ochando y Peris (2017) concuerdan con los autores anteriores al mencionar que los niños con inhibición comportamental, tímidos, y con tendencia al retraimiento en la infancia, pueden ser más vulnerables a desarrollar un trastorno de ansiedad. Vale la pena mencionar lo descrito por Carrillo (2015), que afirma que la comunicación es una herramienta fundamental en la vida diaria del individuo, la cual permite la

interacción del ser humano con su entorno. El individuo necesita relacionarse socialmente con las personas que lo rodean, para lo cual es fundamental tener varias destrezas sociales y habilidades que no sólo aporten a las relaciones interpersonales, sino que además configuren las capacidades necesarias para que el niño tenga un correcto desempeño en el ámbito social, teniendo en cuenta que, según lo mencionado por Morales et al, (2015), a través del tiempo las interacciones del individuo se vuelven más complejas y empiezan a tener mayor relevancia en el día a día. Es por esto que, si se presenta una inhabilidad, implicará que la persona experimente mayor malestar.

Igualmente, la predisposición a la ansiedad también está vinculada a las habilidades sociales, teniendo en cuenta que el comportamiento social es aprendido por el niño a lo largo de su ciclo vital y es mediado por la interacción social sustentada en una serie de modeladores de comportamiento con los cuales el infante interactúa constantemente, como lo son la escuela, la casa, y el parque, ámbitos en donde desarrolla dicho comportamiento y las habilidades sociales que más tarde aprenderá. Como lo afirma Betinia & González (2011), las mismas son parte esencial de la actividad humana, inciden en la autoestima, la adopción de roles, la autorregulación del comportamiento y el rendimiento académico, entre otros aspectos. Según Caballo (2013), las habilidades sociales son un conjunto de conductas que le permiten al individuo interactuar en un contexto, ya sea individual o interpersonal expresando sus sentimientos, emociones, pensamientos, la solución de problemas a corto y largo plazo, y el respeto a los individuos.

El estudio realizado por Caballo, Calderero, Carrillo, Salazar y Urrutia (2011) logra ilustrar de mejor manera que para la prevención de problemáticas, como la ansiedad, es importante trabajar con base en las habilidades sociales y la solución de problemas. Se les solicita a los participantes resolver sus problemas de acoso, haciendo énfasis en que es necesario que su posición sea activa frente a la solución, sin esperar que se relacionen a partir de procesos elaborados por otros. Esto permite que el niño rompa el círculo tradicional al cual se estaba enfrentando, y que conseguía únicamente tolerar, y lo pone a prueba por medio de

habilidades esenciales para sentirse capaz de tener el control de la situación y de su malestar.

De acuerdo a lo mencionado, el autocontrol tiene profundos efectos en el repertorio conductual del infante. La capacidad de controlar la forma de expresar las emociones, en especial las emociones negativas, se desarrolla en los primeros años de vida y es de gran importancia para la evolución de conductas adaptativas y sociales. Para Vygotsky (1989), el lenguaje es un instrumento de planificación y regulación intelectual de la acción. En el momento de plantear la relación lenguaje-acción en el niño, considera dos hechos: el primero, para el niño hablar es tan importante como actuar para lograr una meta. La acción práctica y el habla son una misma función dirigida hacia la solución del problema planteado. Segundo, entre más compleja sea la acción, mayor será la importancia del lenguaje. Si a los niños pequeños no se les permite hablar, no pueden realizar la tarea que se les exige.

Para Montealegre (2009), los niños resuelven tareas prácticas con la ayuda del lenguaje, así como con la ayuda de sus ojos y de sus manos. Por medio de esta herramienta: a) indaga y construye instrumentos que puedan ser útiles en la solución de la tarea; b) planea acciones futuras, aprende a utilizar el lenguaje de modo que le permita ir más allá de las experiencias anteriores; c) plantea cómo resolver el problema a través del lenguaje y luego lleva a cabo la solución; d) el lenguaje no sólo facilita la manipulación efectiva de objetos por parte del niño, sino que también controla su comportamiento. Sin embargo, en un primer estadio, el lenguaje acompaña al niño en la resolución de problemas de forma caótica y desorganizada; en el segundo estadio, se presenta primero el lenguaje y luego la acción, siguiendo la secuencia de un guion el cual ya fue creado, pero todavía no ejecutado.

A modo de conclusión frente a lo argumentado por los distintos autores, se podría afirmar que el entorno social influye de manera significativa en los niños con respecto a la manera de manifestar las emociones y los pensamientos a consecuencia de las mismas. De igual forma, esto se concluye en un estudio

realizado por Lope et al (2015) en el cual se logró demostrar que la represión de emociones por estos factores sociales es perjudicial para el desarrollo de los niños y se convierte en un predictor de ansiedad.

Siguiendo la misma línea, podemos argumentar que con los trastornos de ansiedad interactúan factores biológicos, constitucionales, personales y ambientales. Entre los factores personales, los cuales son el sostén de los trastornos de ansiedad, destacan la valoración personal y subjetiva que cada persona hace de sí misma, los rasgos de personalidad y los recursos para afrontar los problemas. De los factores ambientales, cabe resaltar los acontecimientos vitales o situaciones traumáticas, las pautas de crianza de los padres y, en general, los procesos de socialización en los diferentes ámbitos de la vida: familia, escuela, amigos, trabajo, etc. En resumen, si en los niños no se da un adecuado desarrollo, es poco probable que se puedan generar estrategias de afrontamiento y solución de problemas adecuadas para tener respuestas adaptativas frente a las diferentes situaciones

Igualmente, en relación con lo anterior, podría entonces afirmarse que, aparte de la importancia que tiene para el niño poder comprender las emociones de los demás, identificar las suyas y encontrar la manera de regularlas y expresarlas, es necesario que se trabajen las habilidades de tipo avanzadas vinculadas a los sentimientos para poder externalizar lo que corresponde al sentir propio, y además, habilidades de tipo básico que le permitan entrar en contacto con su entorno, y generar estrategias de respuesta alternativa ante situaciones que le causen altos niveles de activación.

Por ende, el ser humano necesita de los siguientes conocimientos para resolver dichos problemas: a) lingüístico; b) semántico; c) esquemático (tipos de problemas); d) operativo (cómo llevar a cabo la secuencia de operaciones); e) estratégico (técnicas para resolver el problema). Una estrategia es una técnica general que sirve de guía para resolver problemas (Begoña, 2009).

Teniendo en cuenta la revisión teórica anterior acerca de los elementos que, siendo potencialmente desarrollados de manera adecuada, pueden prevenir la aparición de la ansiedad, o frenar el desarrollo de la misma, se pretende elaborar un producto que permita orientar a los padres acerca de cómo identificar si hay presencia de síntomas de ansiedad patológica en sus hijos, y cómo actuar a través de intervenciones tempranas. Así mismo, las pautas a seguir en caso de que no estén vigentes y de qué manera se puede evitar la aparición de la patología por medio de la prevención de riesgo.

Para realizar este programa, se tendrán en cuenta aspectos que irán orientados a estrategias que incluirán el manejo de un lenguaje que permita la comprensión de términos psicológicos a una población no familiarizada, con la intención de puedan conceptualizarlos de forma adecuada, teniendo en cuenta que para poder prevenir la problemática es importante que la entiendan a fondo.

El producto será un botiquín que contendrá un manual con un check list de características y/o síntomas para que los padres identifiquen en cual nivel se ubica su hijo, y de esa manera hacer uso de las herramientas que se ofrecen allí. Para cada nivel habrá una bolsa con los elementos didácticos de los que pueden hacer uso dependiendo de la categoría determinada para el niño. En la primera, color verde, que tendrá el significado de “prevención de riesgo”, se encontrará contenido que podrá contribuir en la creación de un ambiente favorable que permita reducir el riesgo de presentar respuestas ansiosas, como también material para trabajar en el niño habilidades sociales, regulación emocional y solución de problemas, con el fin de que si el infante se enfrenta a una situación demandante para su etapa pueda responder a ella de forma favorable. Para los casos en los cuales no se cumplen todos los criterios, a pesar de tener en cuenta las distintas variables que puedan estar implicadas, pero se logran identificar apariciones de respuestas ansiosas, se utilizará la bolsa de color amarillo, cuyo significado será el de “intervenciones tempranas”; incluirá información para detectar a tiempo la presencia de esta problemática y cuál es la mejor manera de trabajarlo desde el ámbito familiar, por medio de reforzamientos y distintas técnicas de aprendizaje y

entrenamiento en habilidades sociales, solución de problemas y regulación emocional.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un programa de prevención de ansiedad en niños de 8 a 12 años, orientado a guiar a los padres frente a los aspectos que pueden generar vulnerabilidad para el desarrollo de un trastorno.

Objetivos Específicos

1. Identificar las necesidades en la población infantil de 8 a 12 años con el fin de acudir a las mismas mediante el programa de prevención
2. Diseñar herramientas que permitan el abordaje del déficit en regulación emocional, solución de problemas y habilidades sociales como factores de vulnerabilidad para la presencia de trastornos de ansiedad en niños de 8 a 12 años.
3. Crear estrategias para implementar dentro del programa de prevención un lenguaje que permita facilitar la comprensión de las diferentes temáticas por los padres de la población infantil masculina de 8 a 12 años.

Estudio de Mercado

Objetivo general

Identificar las características que los padres de familia consideran importantes para el contenido del producto Anxiekit con el fin de enlistarlo en el mercado meta de forma competitiva.

Objetivos específicos

1. Identificar que temáticas consideran los padres de familia importantes para que el contenido del producto responda a sus necesidades.
2. Determinar la valoración económica que los padres de familia le dan a un producto orientado a la prevención de la ansiedad en niños.
3. Evaluar el método por el cual los padres de familia desean obtener elementos como actualizaciones y capacitaciones del producto.
4. Reconocer el lugar en que los padres de familia preferirían adquirir un producto orientado a la prevención de ansiedad en niños.

Presentación del producto

Anxiekit es un producto orientado a la prevención de la ansiedad en niños de 8 a 12 años, es un botiquín de primeros auxilios que contiene elementos que ayudaran a orientar a los padres de familia y docentes que van a realizar el acompañamiento en el proceso que se enfocará en el uso del producto.

El producto contendrá las siguientes temáticas: a) definición de ansiedad, b) distinción entre ansiedad normal y ansiedad patológica, c) síntomas d) causas y factores de riesgo e) factores de mantenimiento f) canales de respuesta en relación con la ansiedad (fisiológico, cognitivo, conductual) g) estrategias de manejo de ansiedad para padres h) estrategias de manejo de ansiedad para docentes y/u orientadores i) rol de padres y docentes / orientadores frente al manejo de la ansiedad j) distinción entre miedos normales y presencia de fobias k) emociones

l) regulación emocional m) tips para facilitar la expresión emocional en los niños y n) signos de alarma.



Figura 1. Logo-símbolo y slogan de Anxiekit

El nombre del producto ha sido creado a partir de la combinación de Anxiety, que significa ansiedad en lengua castellana y Kit que hace referencia al conjunto de elementos pertenecientes a un botiquín de primeros auxilios. Eslogan que maneja Anxiekit, ¿Exceso de energía, distracción, cambios de humor? Anxiekit es tu solución.

El logo ha sido elaborado a partir de unos conceptos base que son los que reúnen el objetivo, la población y orientación que se le dará al producto. Estos conceptos son ansiedad, prevención, niños y primeros auxilios; teniendo en cuenta lo anterior, el primer aspecto a señalar es la cruz que simboliza el concepto de botiquín de primeros auxilios, los números que se encuentran alrededor de este símbolo han sido colocados allí con el objetivo de crear la similitud con un reloj, debido a que si hablamos de ansiedad está vista por algunos autores como exceso de futuro, es decir que las personas que presentan ansiedad tienen tendencia a adelantarse a los sucesos próximos a suceder, de ahí su relación con el tiempo. Posteriormente se añade la palabra STOP con el objetivo de generar una relación entre el anticiparse a la situación y el concepto de prevención, alrededor de estos

elementos se encuentran unos niños que ejemplifican la población a la que va orientada el producto.

Los colores que han sido incluidos en el símbolo son: a) rojo: este color ha sido importante a través de la historia puesto que se ha reconocido por ser un color fácilmente identificable para los ojos del espectador, es decir que en una situación de emergencia, es más probable que un usuario pueda tener accesos fáciles al producto, además de que se considera que genera en el espectador un estado de alerta ante una situación potencialmente peligrosa por lo que ha sido usado en señales de tránsito para prevenir posibles accidentes, de esta manera el incluir este tono, nos permite poner alerta a usuarios acerca de posibles elementos que pueden prevenir la ansiedad en niños y guiar el proceso que se dé a partir del uso del producto, y por otro lado el b) turquesa: color que representa en meditación el dejar atrás el agobio y la confusión, es acuñado por algunos autores como un color que permite que el espectador sea más comunicativo, sensible y creativo, teniendo en cuenta lo anterior el ser incluido dentro de los colores base del producto anima a los infantes a poder comunicar las emociones o el malestar que experimentan y así mismo generar empatía en los padres o docentes que tienen contacto con la expresión de las mismas y así mismo que los usuarios logren avanzar en un proceso donde sea posible ser sensible a las necesidades del otro y tomar acciones sobre las mismas.

Producto Básico

Los beneficios que brindan los proveedores a través del producto Anxiekit son:

- a. Comprensión de conceptos propios de la ansiedad por medio del glosario de términos.
- b. Comprensión conceptual de la definición de ansiedad, factores de riesgo, síntomas, causas y factores de mantenimiento de respuestas ansiosas.
- c. Distinción entre miedos normales y patológicos con respecto a la etapa de desarrollo del niño, por medio de un video explicativo.

- d. Aprendizaje de estrategias de manejo de ansiedad para padres y docentes / orientadores.
- e. Detección oportuna de la presencia de signos alarma y numero de contacto para acudir a la prevención del desarrollo de un trastorno de ansiedad por medio de una consulta psicológica
- f. Entrenamiento en expresión emocional de los niños por medio de tips que orienten a los padres y docentes a llevar a cabo estrategias funcionales.

Producto Real

El producto está constituido por un “botiquín” que contendrá: a) un manual de instrucciones en el cual se explicara de forma específica cual es la función y el uso de los elementos que están incluidos dentro del Anxikit, b) un glosario en el cual se presentarán todos los conceptos usados dentro del producto y el significado de los mismos para certificar una mejor comprensión de las temáticas incluidas. c) un contenedor o tarro con 20 capsulas que contendrán en su interior 10 tips para padres y 10 tips para docentes que los orienten en el entrenamiento de la expresión emocional en los niños d) 2 cajas con curas, en las que cada una contendrá 10 estrategias de manejo de la ansiedad para padres y 10 estrategias de manejo de la ansiedad para docentes y/u orientadores, e) un paquete de adhesivos que contendrá estrategias de implementación para los niños para conseguir la regulación emocional de los infantes, f) una cartilla que incluirá algunos cuentos a través de los cuales comprenderá que otros niños de su edad pueden estar experimentando los mismos síntomas y permitirá que él se identifique con la problemática g) un libro en el cual por medio de un cuento se enunciaran aspectos relacionados con factores de riesgo, causas y síntomas de la ansiedad en relación con un personaje de la historia que experimenta diferentes situaciones que hacen evidente la presencia de la ansiedad. h) dos rompecabezas, uno que corresponde a los miedos normales y el segundo, a las fobias con el objetivo que tanto niños como padres y docentes logren identificar la diferencia entre ellos, i) video explicativo que contenga aspectos relacionados con las diferencias entre ansiedad

normal y ansiedad patológica, j) un tablero que contiene los días de la semana, en donde al final del día los niños puedan pegar en compañía de sus padres el adhesivo correspondiente a las emoción que haya experimentado, teniendo en cuenta que debe expresarla y por ello obtendrá recompensa, k) una alcancía en la cual se adicionara una cantidad acordada entre el padre y el niño por cada vez que exprese sus emociones para que a final de mes o semana según la decisión tomada, el niño reciba un reforzador (premio) para que su conducta de expresión emocional incremente, l) un listado con los signos de alarma en los cuales si el niño cumple con más de cuatro criterios, esto indicará a los padres y docentes que el niño necesita atención profesional, m) dos tarjetas publicitarias adhesivas: la primera con el número de contacto para la adquisición de producto y/o atención para resolver dudas referentes al producto con atención de L-V en horarios de 8 am – 5 pm y el segundo un numero en el cual puede solicitar consulta psicológica en caso de que detecte que hay presencia de signos alarma.

Producto Ampliado

El producto Anxiekit contiene una serie de aspectos orientados a brindar al usuario la satisfacción de sus necesidades de forma integral, por lo cual dentro del mismo se incluyen actualizaciones anuales que permitirán la integración de estudios recientes o modificaciones ya que el producto es susceptible a cambios según encuestas realizadas semestralmente a los usuarios o consideraciones de las autoras del mismo.

Otro valor agregado del producto son las reuniones grupales de seguimiento que se realizarán mensualmente con padres de familia y docentes en grupos diferentes, teniendo en cuenta que se presentarán en los usuarios algunas dudas a las cuales se puede dar respuesta oportuna en caso de que no se puedan resolver por el medio telefónico.

Así mismo se brindarán inducciones acerca del producto que permitirán a los docentes y padres de familia tener claridad de la forma en la que se debe usar el producto y el funcionamiento de cada uno de los elementos que lo componen.

Los proveedores del producto brindan atención telefónica en horarios hábiles (lunes a viernes) y en la mañana (sábado y domingo 8 am a 12pm) para resolver dudas del usuario frente al uso del producto o eventualidades que puedan inquietarle al cuidador del menor.

De igual manera se ofrecerá un acompañamiento personalizado por parte de los proveedores a los usuarios del producto, con el fin de garantizar en un tiempo estimado resultados a partir del uso de producto.

Clientes

Mercado Objetivo

La principal variable para determinar el mercado objetivo son los colegios privados los cuales se identificaron 469 en la ciudad de Bogotá D.C, el género del colegio se ubica entre mixtos, femeninos o masculinos, los colegios deben oscilar entre los estratos 3, 4,5 y 6; no importa su calendario académico, la jornada estudiantil debe ser entre la mañana o la tarde, los colegios deben estar registrados en la Secretaria de Bogotá, en la zona urbana; no importa si es centro, instituto o colegio educativo, deben de ser de especialidad o carácter académico, comprendiendo los grados ## (Datos Abiertos, Gobierno Digital Colombia).

La Localidad N°4 Usaquén tiene la sexta tasa de ocupación más alta de Bogotá con (57,6%), las actividades que más ocupan personas residentes en Usaquén son: servicios (32,5%), comercio (20%), actividades inmobiliarias (14,7%), industria manufacturera (13,9%). En Usaquén se localizan 18.904 empresas de Bogotá, equivalente al 9% del total de la ciudad. La actividad empresarial de la localidad se concentra en el sector servicios (80%), industria (9,4%) y construcción (6,4%); en la localidad hay una alta presencia de microempresarios. Del total de empresas (18.904), 15.194 son microempresas que representan el 80% de la localidad y el 8,7% de Bogotá. Los sectores económicos en los que se encuentra el mayor número de empresas de la localidad Usaquén son: comercio (29,2%), servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler (23%),

intermediación financiera (6,5%) y hoteles y restaurantes (5%). En la localidad Usaquén se identificaron 9.076 empresas que pueden articularse a las cadenas productivas de construcción e ingeniería civil, productos alimenticios, textil y confección; la mayor parte de los recursos de la localidad se destinaron al área social (38,6%), principalmente para los programas de fortalecimiento del sistema educativo local (Perfil Económico y Empresarial, Cámara de Comercio de Bogotá, 2017).

Mercado meta

El mercado meta está comprendido por las personas entre 8 a 50 años de edad, sin discriminar sexo, y pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6, entre las clases media, alta y media-alta.

La población a la cual va dirigido el producto pertenece a la localidad N^a 1 correspondiente a Usaquén, está ubicada en el extremo nororiental de Bogotá, la localidad de Usaquén limita al norte con el municipio de Chía; al oriente con el municipio de La Calera; al sur con la localidad de Chapinero, con la Avenida Carlos Lleras Restrepo o Avenida Calle 100 y la Vía a La Calera de por medio; y al occidente con la localidad de Suba, con la Avenida Paseo de los Libertadores o Avenida Carrera 45 (también conocida como Autopista del Norte) de por medio.

La población, se encuentra ubicada en cuanto a su estrato socio-económico de la siguiente manera:

Estrato medio; la población en este estrato (132.790 habitantes) está concentrada principalmente en las unidades de planeamiento zonal de Los Cedros con el 61,6% y Toberín con el 26,6%.

Estrato alto; de las 73.298 personas que se encuentran en este estrato socioeconómico, el 57,6% se ubica en la unidad de planeamiento zonal de Santa Bárbara, el 20% en Usaquén y el 15,6% en Country Club, representando en su conjunto el 93,1% de la población de la localidad en este estrato.

Estrato medio – alto; las UPZ de Los Cedros (29,3%), Usaquén (28,2%), y Country Club (21,7%) agrupan el 79,2% del total (60.766 personas) de este estrato. (Ver figura 20).

Con un total de 27 colegios oficiales los cuales se escogieron los siguientes 10 colegios:

1. Colegio Howard Gardner
2. Gimnasio La Campiña
3. Liceo Cultural las Americas.
4. Colegio San Nicolas de Tolentino
5. Colegio Militar Antonio Nariño
6. Gimnasio la Cima
7. Colegio Lisa Meitner
8. Colegio Nuevo Campestre
9. Colegio Agustiniano Suba
10. Colegio José Joaquín Castro Martínez

Las UPZ (Unidades de Planeamiento Zonal) por las cuales esta conformada la localidad de Usaquen son (Ver figura):

Paseo de los Libertadores esta conformado por Canaima, La Floresta de La Sabana y Torca.

Berbenal esta conformado por Altos de Serrezuela, Balcones de Vista Hermosa, Balmoral Norte, Buenavista, Chaparral, El Codito, El Refugio de San Antonio, El Verbenal, Horizontes, La Estrellita, La Frontera, La Llanurita, Los Consuelos, Marantá, Maturín, Medellín, Mirador del Norte, Nuevo Horizonte, San Antonio Norte, Santandersito, Tibabita, Viña del Mar.

La uribe esta conformado por Bosque de San Antonio, Conjunto Camino del Palmar, El Pite, El Redil, La Cita, La Granja Norte, La Uribe, Los Naranjos, San Juan Bosco, Urbanización Los Laureles.

San cristobal norte esta conformado por Ainsuca, Altablanca, Barrancas, California, Cerro Norte, Danubio, Don Bosco, La Perla Oriental, Las Areneras, Milán (Barrancas), Pradera Norte, San Cristóbal Norte, San Cristóbal Norte parte alta, San Cristóbal Norte parte baja, Santa Teresa, Soratama, Torcoroma, Villa Nydia, Villa Oliva.

Toberin esta conformado por El Toberín, Babilonia, Darandelos, Estrella del Norte, Guanoa, Jardín Norte, La Liberia, La Pradera Norte, Las Orquídeas, Pantanito, Santa Mónica, Villa Magdala, Villas de Aranjuez, Villas del Mediterráneo, Zaragoza.

Cedritos esta conformado por Acacias, Antigua, Belmira, Bosque de Pinos, Caobos Salazar, Capri, Cedritos, Cedro Bolívar, Cedro Golf, Cedro Madeira, Cedro Narváez, Cedro Salazar, El Contador, El Rincón de Las Margaritas, La Sonora, Las Margaritas, Lisboa, Los Cedros, Los Cedros Oriental, Montearroyo, Nueva Autopista, Nuevo Country, Sierras del Moral.

Usaquen esta conformado por Bella Suiza, Bellavista, Bosque Medina, El Pañuelito, El Pedregal, Escuela de Caballería I, Escuela de Infantería, Francisco Miranda, Ginebra, La Esperanza, La Glorieta, Las Delicias del Carmen, Sagrado Corazón, San Gabriel, Santa Ana, Santa Ana Occidental, Santa Bárbara, Santa Bárbara Alta, Santa Bárbara Oriental, Unicerros, Usaquén.

Country Club esta conformado por Country Club, La Calleja, La Carolina, La Cristalina, Prados del Country, Recodo del Country, Santa Coloma, Soatama, Toledo, Torres del Country, Vergel del Country.

Santa Barbara esta conformado por Santa Bárbara Occidental, Campo Alegre, Molinos del Norte, Multicentro, Navarra, Rincón del Chicó, San Patricio, Santa Bárbara, Santa Bárbara Central, Santa Bibiana, Santa Paula.

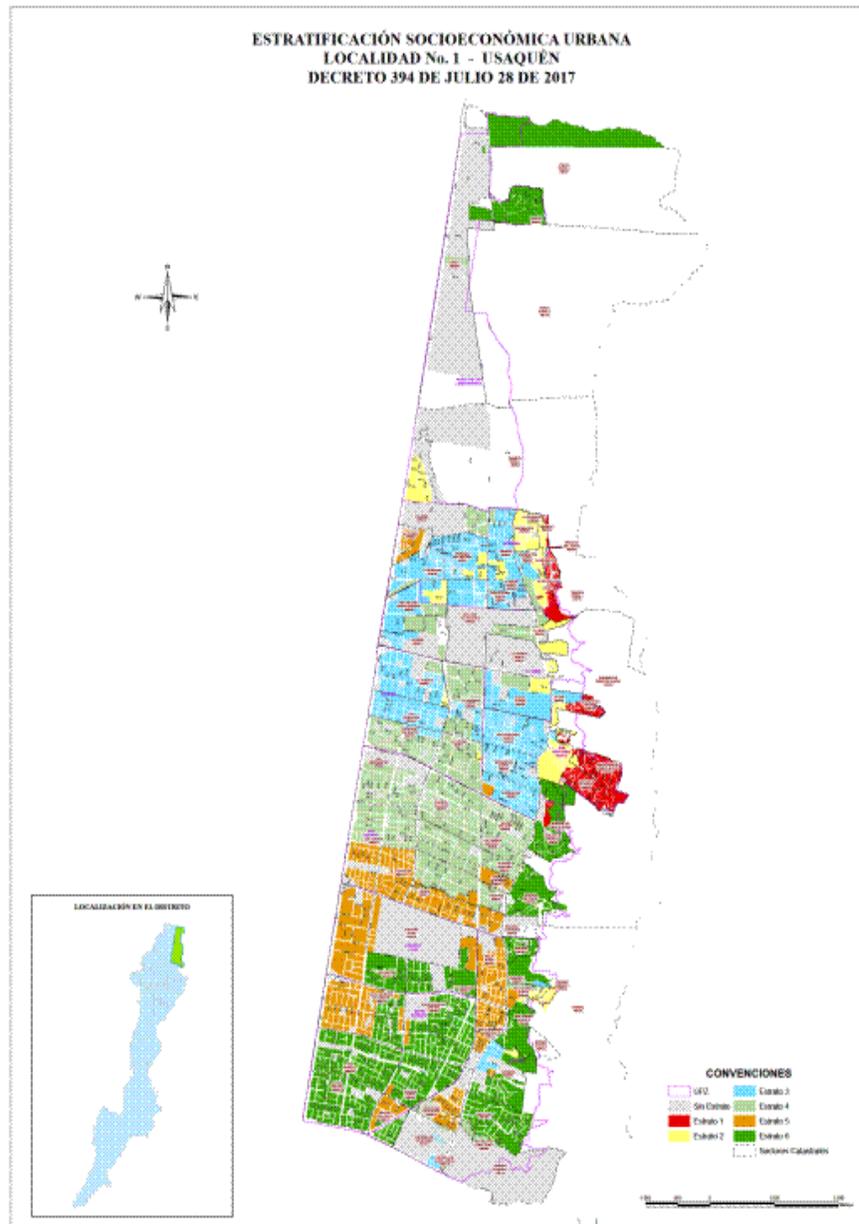
Tabla 1.

Composición de la población de Usaquén clasificada por edad y género.

Grupo de edad	Total	Hombres	Mujeres
Dependencia económica			
Menores de 15 años	121.031	60.660	60.371
15 – 64	297.00	136.479	160.521
Mayores de 64 años	21.310	8.435	12.875
Total	439.344	205.577	233.767
Fuerza Laboral			
PET 12 años y más*	339.455	155.521	183.934

(Fuente: Secretaria Distrital de Planeación, 2018)

La composición de la población residente en la localidad, clasificada según la edad, muestra que el 27,5% de personas son menores de 15 años y el 4,9% es mayor de 64 años. La fuerza de trabajo está representada por 339.455 personas, que corresponden al 77,2% de la población local, y la clasificación teniendo en cuenta el sexo de la persona dio como resultado que el 46,8% de los residentes son hombres y el 53,2% son mujeres (Ver Tabla 1).



(Fuente: Secretaria Distrital de Planeación, 2018)

Figura 2. Estratificación socioeconómica urbana localidad No. 1 – Usaquén

Competencia

Competencia Directa

1. Servicio de Atención Psicológica IPS - Universidad Santo Tomás
2. Consultores en Psicología Pontificia Universidad Javeriana
3. Centro de Atención Psicológica - Universidad de San Buenaventura
4. Unidad de Servicios Psicológicos - Facultad de Psicología UAN
5. Centro Terapéutico Infantil - Terapias psicología para niños.

Competencia Sucedánea

Vive sin ansiedad (método online, seguimiento personal, garantía de satisfacción o reembolso en caso de insatisfacción con el programa). Tomado de <https://www.vivesinansiedad.es/?gclid=EAIaIQobChMI19KT2YDA2gIVyCSGC h1A9QxOEAAAYASAAEgIna D BwE>

Medicina de oriente (Tratamiento centrado en el uso de medicina alternativa). Tomado de <https://www.clinicasesстетicas.com.co/clinicas/medicina-de-oriente>
Equilibra (Tratamiento centrado en el uso de medicina alemana). Tomado de <http://equilibrasaludyvida.com/>

Aureamédica (Tratamiento con alternativas de medicina con esencias florales, sintérgica y medicamentos bioreguladores). Tomado de <http://www.aureamedica.com/>

Medicina de Oriente (Tratamiento centrado en el uso de medicina de oriente, con un nutrido grupo de especialistas en acupuntura, neuropatía, fisioterapia, electro estimulación, masajes focalizados, moxibustión y medicina tradicional chinas). Tomado de <http://www.medicinadeorientes.com/>

Productos de la competencia.

Las entidades consideradas como competencia de Anxiekit ofrecen productos con características como:

1. Programas de manejo de la ansiedad y trastornos relacionados con el estado de ánimo.

2. Seguimiento personal.
3. Tratamiento centrado en el uso de medicina alternativa
4. Tratamiento con alternativas de medicina con esencias florales, sintérgica y medicamentos bioreguladores.
5. Tratamiento centrado en el uso de medicina de oriente, con un nutrido grupo de especialistas en acupuntura, neuropatía, fisioterapia, electro estimulación, masajes focalizados, moxibustión y medicina tradicional chinas

Análisis DOFA

<i>Debilidades</i>	<i>Amenazas</i>
El producto va dirigido a un nivel específico de prevención y no abarca los otros niveles en los que se puede ubicar el mercado meta.	La existencia de una competencia sucedánea ajena al área de psicología que ofrezca resultados en menor tiempo y beneficios más atractivos para el cliente. Por ejemplo, bajo costo económico.
El rango de edad que abarca el producto es muy reducido y limita el trabajo con infantes de otras edades que podrían recibir los beneficios que ofrece el producto.	El desconocimiento de la población frente a la relevancia de la problemática a nivel individual y colectivo.
El producto no incluye algunas temáticas clave que pueden aportar a la prevención de la ansiedad, por ejemplo, el fortalecimiento en habilidades sociales y el entrenamiento en solución	La desaparición de la problemática en la población a la cual va dirigido el producto.

de problemas.

<i>Fortalezas</i>	<i>Oportunidades</i>
<p>El producto ha sido creado a partir de un estudio de mercadeo orientado a conocer las necesidades del mercado meta al que va dirigido.</p> <p>Anxiekit ofrece como valor agregado capacitaciones, seguimiento personalizado, atención telefónica, actualizaciones, entre otros.</p> <p>El producto incluye un glosario de términos que facilita la comprensión de la problemática en la población y el uso del producto.</p>	<p>El producto es una propuesta novedosa y creativa que está orientada al manejo de una problemática de relevancia social a través de una estrategia que busca impactar y generar sensibilidad en la población a la que va dirigido.</p> <p>A partir del seguimiento permanente que se lleva a cabo a través del producto puede generar la captación de nuevos clientes.</p> <p>A través de los convenios con colegios es posible incrementar el número de clientes.</p>

Estrategias

Para potencializar las fortalezas que tiene el producto se brindará a la población dirigida una breve introducción antes de la presentación del producto que permitirá conocer el origen del producto incluyendo el estudio de mercadeo y la base teórica que lo sustenta, además de estudios relacionados que muestren la eficacia de estrategias incluidas dentro del producto, esto aportara para hacer frente a la amenaza relacionada con la competencia sucedánea.

Adicionalmente para reducir la incidencia de las debilidades del producto por medio de una fortaleza relacionada con el valor agregado se hará uso de las actualizaciones para incluir temáticas que no fueron abordadas en la primera

versión del producto (solución de problemas, habilidades sociales, validación emocional, entre otros). Por medio de las capacitaciones se buscará hacer frente a las amenazas dando a conocer la problemática a la población y demostrando la relevancia que tiene y lo importante que es intervenir de manera oportuna.

Teniendo en cuenta que por medio de convenios con colegios se tendrá mayor cobertura para el producto, esto permitirá tener acceso a la población que aun cuando puede no tener conciencia de la vulnerabilidad que tienen ante contextos que pueden generar estresores psicosociales, puede tener contacto directo con el producto e interesarse por adquirirlo.

Canales De Distribución

Se accederá a la población por medio de convenios con colegios de estratos 3,4,5 y 6 en la localidad de Usaquén, que será generado a través de una presentación presencial del producto a las directivas del colegio, que incluirá la conceptualización de la problemática, relevancia a nivel social, breve sustento teórico, población a la que va dirigido y la nominación de los servicios y beneficios que se ofrecen a partir del producto, posteriormente en caso de que el colegio esté interesado en el producto se realizara un convenio para que el producto sea presentado en una reunión de padres de familia por medio de una conferencia de sensibilización a la problemática.

Se ofrecerá a los almacenes de cadena, por medio de una propuesta que logre condensar la información necesaria para que el producto sea atrayente, ya sea de forma virtual o presencial.

Bibliored es una forma de distribución en la Localidad de Usaquén puesto que la misma tiene convenios con varios colegios privados de la zona y patrocinaría anxiekit, logrando un acuerdo de distribución en cifras y porcentaje. Bibliored es un aliado para la distribución de anxiekit muy impórtate puesto que tiene años en el mercado de colegios, libros y contactos que pueden ayudar a impulsar el producto.

Costos y Gastos

Producto Anxiekit el cual está orientado a la prevención de la ansiedad en niños de 8 a 12 años.

Concepto	Valor
Transporte (Uber \$20.000 *2*10)	\$400.000=
Materiales de oficina	
Usb (\$50.000*2 = \$100.000)	
Esferos (\$3.000*4 = \$ 12.000)	
Fotocopias (70*500 = \$35.000)	\$237.000=
Cd (\$5.000)	
Resma (\$15.000)	
Marcadores (\$5.000*4 = \$20.000)	
Impresión (\$500*100 = \$50.000)	
Diseño del producto valor hora	\$23.040.000
Producto (Cartilla, botiquín, Cd, Actualizaciones, rompecabezas, video, tablero, alcancía, tarjeta de publicidad) (Valor unidad \$130.000*20)	\$2.600.000=
Alquiler de equipos	
<ul style="list-style-type: none"> • Video beam • Pc • Bafles o Sonido • Mantenimiento pc • Internet 	\$670.000=
Valor total del producto	\$26.947.000=

Resultados del estudio de Mercado

A continuación, se presentan los resultados del estudio de mercado realizado para el botiquín de Anxiekít, en el cual se definirán características tales como: color, forma, producto biodegradable, textura, tamaño de la letra, tamaño del producto, figuras (imágenes), etc. Se realizaron las encuestas a 30 participantes (padres de familia, acudiente o quien cumpla esta función familiar) de niños escolarizados en la ciudad de Bogotá a los estratos 3 a 4.

Tabla 2.

Datos Demográficos de los participantes

Nivel Educativo	<i>f</i>	Estrato Socioeconómico	<i>F</i>
Primaria	13,33	2	53,33
Bachillerato	36,67	3	50,00
Técnico	6,67	4	6,67
Profesional	36,67		
Trabajo Actual	<i>f</i>	Rol	<i>F</i>
Si	80,00	Padre	56,67
No	23,33	Madre	50
		Cuidador principal	0

Respecto a la edad, la menor edad reportada fue de 22 años y la mayor edad reportada por los participantes fue de 43 años. El promedio de edad fue 30 años. En relación con el nivel educativo se distribuyen de la siguiente manera: el 13.33 % de los participantes en la encuesta tienen un nivel de escolaridad de primaria, el 36.37% tiene un nivel de escolaridad de bachillerato el cual es muy a fin con el 36.37% de nivel escolaridad profesional; en cuanto al 6.67% restante

tiene un nivel de escolaridad de técnico. Mediante estas cifras sobresale un nivel de escolaridad de bachillerato y profesional (Ver Tabla 2).

En cuanto a los participantes encuestados, en su mayoría con un 56.67% son padres de familia, el 50% restante está conformado por las madres, en un 0% se encuentra el cuidador o la persona que cumple este rol.

En relación con la variable de trabajo actual, en su mayoría con un 80% los entrevistados trabajan actualmente, el 23.33% restante no se encuentra laborando en el momento (Ver Tabla 2).

Tabla 3

Conocimiento de productos sobre ansiedad en niños

Respuestas	%
Si	6,7
No	93,3

Con respecto al conocimiento de productos sobre ansiedad en niños, el 6.7% de los participantes en la encuesta, refiere que tiene conocimiento de un producto, el 93.3% restante refiere que no conocen ni han adquirido algún producto. Adicionalmente dos de los padres de familia refieren conocer o haber comprado un producto que ayuda a manejar la ansiedad en niños, específicamente se refieren a la Medicina natural y a “bolitas anti estrés” (Ver Tabla 3).

Tabla 4.*Que le gusto del producto adquirido*

Respuestas	%
Fácil manejo	0
Diseño agradable	6,7
Resistente	3,3
Tiene garantía	3,3
Fácil de recordar la marca	0
Información clara	0
Buena calidad	6,7
Disfrutó del producto	0

Los padres que habían adquirido con anterioridad un producto con el objetivo de guiar el manejo de la ansiedad tuvieron una experiencia cualitativamente positiva con aspectos como que el producto tenía un diseño agradable y en su generalidad era de buena calidad, aunque tenía algunas deficiencias con respecto a resistencia, facilidad de manejo y claridad en la información. De esta forma, esto nos permite tener en cuenta que para realizar un producto orientado a padres de familia aparte de tener aspectos cualitativos externos que sean agradables a la vista, es necesario trabajar en el contenido para que sea legible o de fácil comprensión además de tener facilidad en el manejo para que de alguna manera las personas que logren obtenerlo, le den uso al mismo y se pueda trabajar de forma conjunta con la terapia psicológica individual (Ver Tabla 4).

Tabla 5.*Que no le gusto del producto adquirido*

Respuestas	%
Muy costoso	3,3
Retraso en la entrega	3,3
No recibió capacitación	0
Indicaciones complicadas	0
No percibió lo que prometieron	0
No ofrecía nada adicional	0
Tecnología Obsoleta	0
Producto poco legible	3,3

Con respecto a ¿qué no les gusto del producto adquirido?, los participantes afirmaron que los productos adquiridos anteriormente tenían precio elevado, hubo algún tipo de retraso en la entrega y el contenido del producto era poco legible, puesto que la información no era dada en términos claros para ellos.

Pese a lo anterior se presentó una dificultad para la aplicación de este ítem puesto que una parte de los encuestados no tenían conocimiento de características específicas del producto puesto que no habían adquirido ninguno con anterioridad, por falta de información y otras causales como por ejemplo de tipo adquisitivo ya que no tenían los recursos económicos para obtenerlo (Ver Tabla 5).

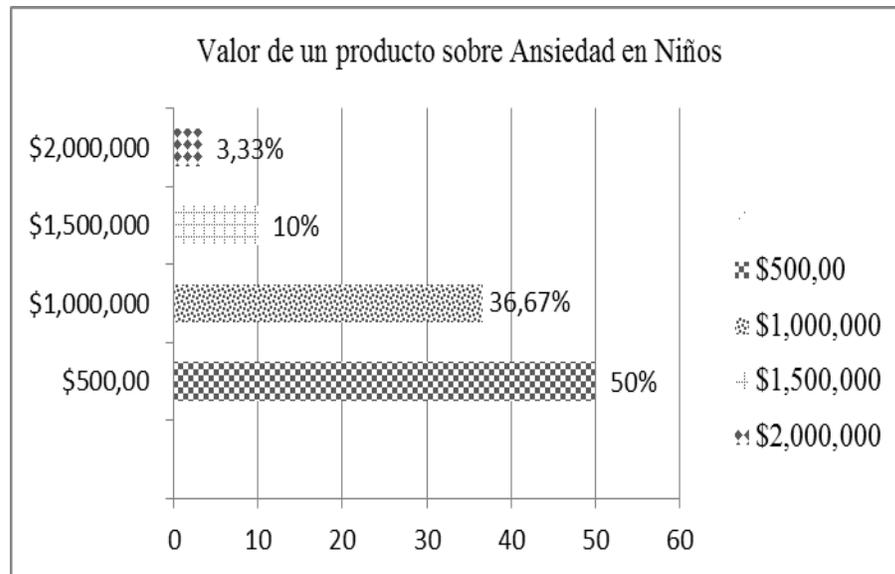


Figura 3. Valor respectivo que se le daría a un producto sobre Ansiedad en Niños: se observa la distribución de respuestas a la quinta pregunta de la encuesta de mercado.

En relación sobre el valor que se le dará sobre productos relacionados con el manejo de la ansiedad, el 50% de los participantes afirmaron que pagarían \$ 500.000 de pesos para adquirir un producto orientado a la prevención de la ansiedad teniendo en cuenta que en él pueden encontrar información legible que les puede garantizar la comprensión de la temática y capacitaciones para afianzar la conceptualización que incluye el producto con ejercicios prácticos para el uso del mismo; el 36.67% de los participantes optaron por pagar \$1.000.000 de pesos por el paquete completo del producto, teniendo en cuenta los contenidos y capacitaciones.

En cuanto al 10% de los padres de familia encuestados afirmaron que pagarían entre \$1.500.000 y \$2.000.000 por un producto con todas las características previamente nombradas.

La mayoría de los participantes estaría dispuesta a pagar entre \$500.000 y \$1.000.000 de pesos lo cual indica que aun cuando los padres de familia están interesados en buscar un beneficio para sus hijos prefieren un precio de más fácil

acceso puesto que es necesario también tener en cuenta los recursos con los que cuenta la población a la cual es dirigido el producto (Ver Figura 3).

Tabla 6.

Pagaría de más por Actualizaciones y Capacitaciones

RESPUESTAS	%
Si	83,33
No	16,67

En relación con el pago adicional por actualizaciones y capacitaciones un 83,33% de los participantes en la encuesta, afirma que pagaría una suma adicional con el fin de obtener capacitaciones o actualizaciones, el 16,67% restante defiende que no estarían dispuestos a pagar un precio adicional por dicho aspecto.

Estos resultados dan cuenta que en su mayoría la población está interesada en recibir actualizaciones para poder garantizar de alguna manera que el producto que adquirieron pueda cubrir a cabalidad las necesidades actuales y futuras, teniendo en cuenta que en la población infantil varía de intereses y que el producto debe adaptarse al contexto (Ver Tabla 6).

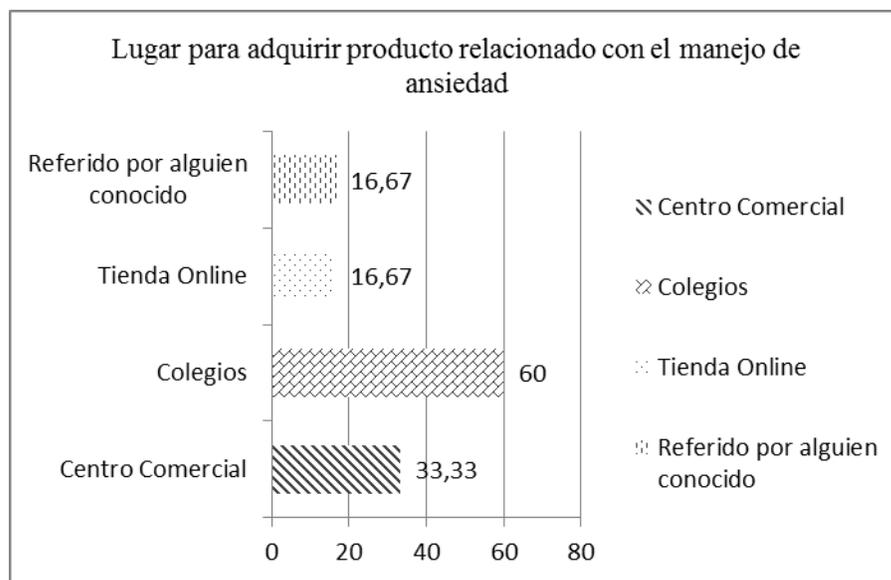


Figura 4. Lugar para adquirir un producto en relación con el manejo de ansiedad en niños: se observa la distribución de respuestas a la cuarta pregunta de la encuesta de mercado.

En cuanto a la adquisición de un producto sobre ansiedad en niños, el 60 % de los participantes afirman que un lugar confiable para adquirir este producto son los colegios, en orden descendente podemos encontrar que el 33.33 % de la población optó por obtenerlo en un centro comercial. Por consiguiente, al obtener el producto referido por alguien o por una tienda online, coincidieron en el mismo porcentaje cuyo valor es equivalente al 16,67 % de los encuestados. (Ver Figura 4).

Este ítem da cuenta que para los padres el medio que genera mayor confiabilidad es a partir de visitas a colegios en los que ellos como padres de familia puedan adquirir el producto obteniendo algún respaldo de recomendación por el mismo.

De igual manera otro de los medios confiables para los padres de familia es el centro comercial debido a que puede ser más fácil su adquisición (Ver Figura 4).

Tabla 7.

Es solo el niño, quien debería hacer uso del producto adquirido.

RESPUESTAS	%
Si	40
No	60

Con respecto a la persona que realizara el uso del producto relacionado con el manejo de ansiedad, un 60% de los encuestados afirman que es necesario que el producto este orientado también a los padres de familia o alguien que cumpla su rol, no únicamente al niño, puesto que es necesario que el infante tenga algún tipo de acompañamiento en el proceso que se va a realizar de tipo preventivo; el 40% restante afirman que el producto podría estar orientado únicamente a los niños puesto que ellos son los directamente implicados con el proceso. A partir de este resultado es posible afirmar que es necesario para la población que haya un direccionamiento que permita que los padres sean incluidos dentro de las actividades a realizar guiadas por el producto para que se desarrolle de forma óptima (Ver Tabla 7).

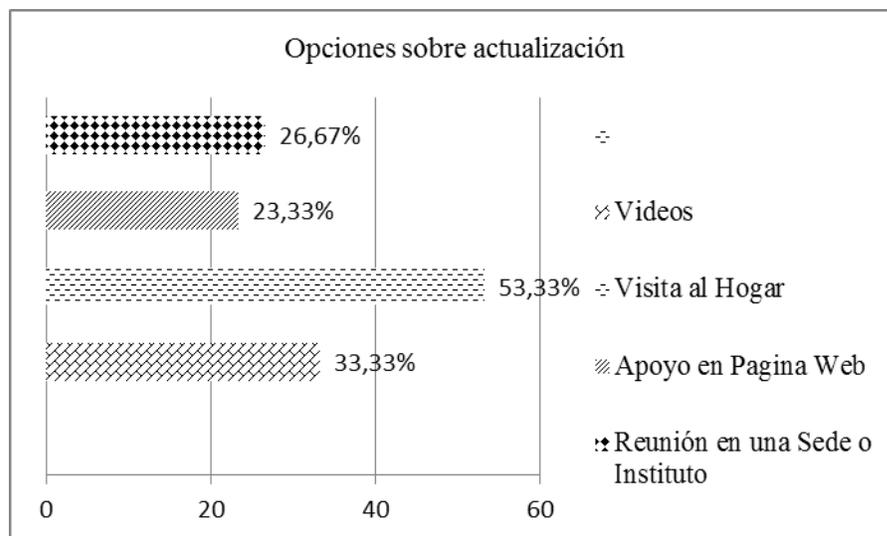


Figura 5. Opciones sobre actualización: se observa la distribución de respuestas a la quinta pregunta de la encuesta de mercado.

En relación con las opciones de actualización sobre un producto orientado al manejo de la ansiedad, el 53.33% de los encuestados tiene preferencia por la visita al hogar, el 33.33% de los participantes escogió la opción relacionada con los videos, puesto que permite entender de forma dinámica los nuevos recursos incluidos en el proceso de actualización.

En contraste con la opción de apoyo por página web con un 23.33% fue la que obtuvo menor cantidad de participantes, puesto que afirman que no tienen fácil acceso a ella porque se les dificulta su uso. Teniendo en cuenta lo anterior, los métodos adecuados para dar capacitaciones de las actualizaciones del producto están relacionados con charlas cortas domiciliarias o en otra opción el envío de videos didácticos que faciliten la comprensión de los recursos novedosos del producto (Ver Figura 5).

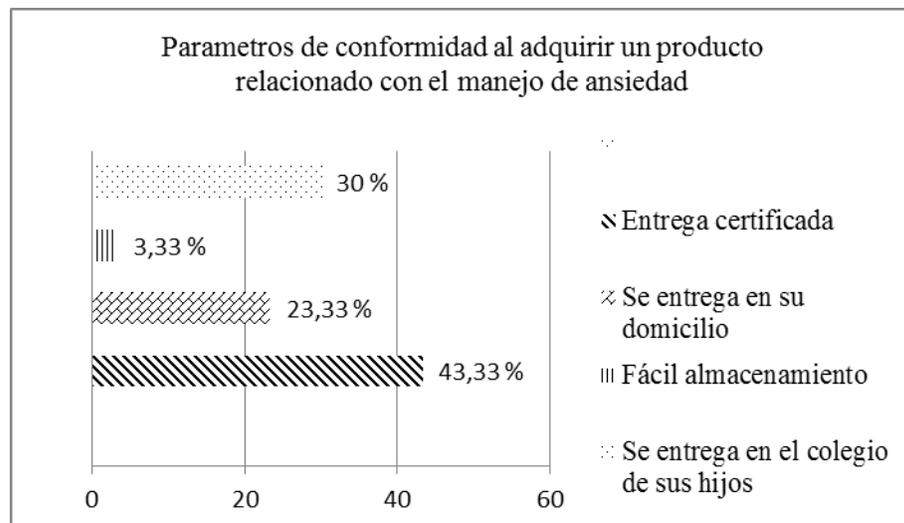


Figura 6. Parámetros de conformidad al adquirir un producto relacionado con el manejo de ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la sexta pregunta de la encuesta de mercado.

Con respecto a las opciones de actualización sobre productos orientados con el manejo de ansiedad, el 43,33% de los participantes afirman que uno de los aspectos importantes para ellos al momento de la entrega de un producto acerca del manejo de ansiedad en niños es la entrega certificada puesto que refieren que

esto puede darles más confiabilidad en relación con la obtención del mismo, otro aspecto que podría proporcionar mayor seguridad a los beneficiarios del producto está relacionada con la entrega a domicilio, el 23,33 % de la población afirma que este aspecto es adecuado como relación de parámetro de conformidad, al aspecto al que se le presta menor atención está relacionado con el fácil almacenamiento esto se puede evidenciar a través de los resultados de la pregunta realizada puesto que únicamente un padre de familia marco este como elemento importante.

Teniendo en cuenta lo anterior, para la elaboración del producto es necesario que el mismo pueda ser entregado de forma certificada y eficaz para brindar a los usuarios más confiabilidad en el producto adquirido y que de ser posible un elemento como el que la entrega se pueda realizar a domicilio puede facilitar el proceso de adquisición con el padre de familia y así mismo puede darle seguridad, teniendo en cuenta que esto permite que tanto el padre de familia como el niño se sientan más seguros y confiados de lo que está brindando la compañía (Ver Figura 6).

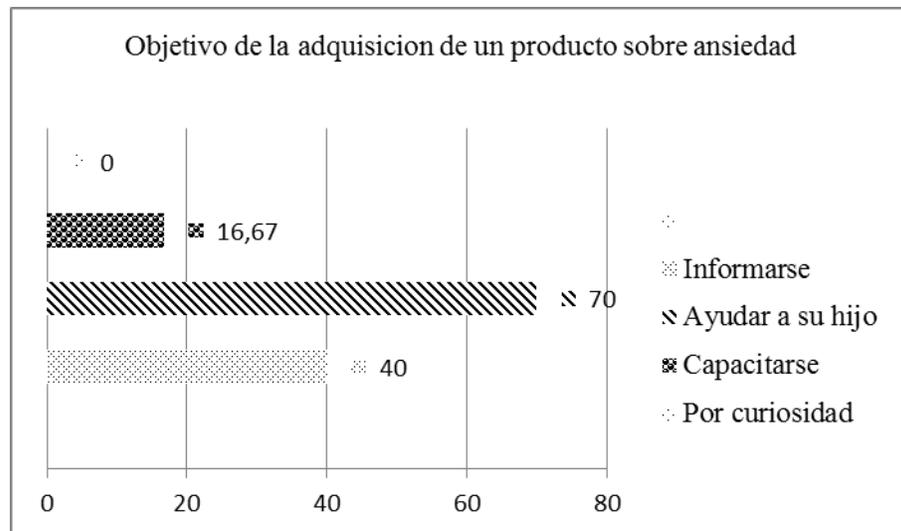


Figura 7. Objetivo de la adquisición de un producto relacionado con el manejo de la ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la séptima pregunta de la encuesta de mercado.

Con respecto al objetivo de la adquisición de un producto sobre ansiedad, el 70.55% de los padres de familia manifiestan que quieren ayudar a su hijo, debido a que en presencia de algún tipo de dificultad se puede detectar de manera temprana y puede evitar riesgos futuros de caer en otras dificultades, el 40.32% está asociado con todo lo que está dentro del parámetro informativo pues esto les permite conocer algunos de los elementos que pueden ser signos de alarma para detectar la ansiedad en niños. Un 16.67% corresponde a capacitarse puesto que la población encuestada lo refiere en pocos casos. Por último, el aspecto con nula predominancia en comparación con las demás razones o propósitos corresponde a Curiosidad. (Ver Figura 7).

Por lo anterior es importante tener en cuenta los propósitos del padre al adquirir un producto de prevención y manejo de la ansiedad puesto que esto nos permite permear en los objetivos del usuario y aplicar las estrategias más efectivas y oportunas posibles que permitan que el producto este diseñado de tal forma que responda a las necesidades del padre de familia y sea lo suficientemente claro para que no den espacio a dudas o al uso incorrecto del producto (Ver Figura 7).

Tabla 8

Compraría un producto solo por los juegos si le gusta a su hijo.

Respuestas	%
Si	56,67
No	43,33

El 56,67% de los padres de familia accedería a obtener un producto orientado hacia la prevención de ansiedad en niños en razón a los juegos, videos o interacciones que posee, algunos de ellos argumentan que lo realizarían acudiendo a que la presencia de los mismos facilitaría su uso, debido a que sería más

atractivo para los niños y permitiría que funcione de manera más efectiva teniendo en cuenta que generaría motivación en los infantes y el resultado posiblemente sería más positivo. Por otro lado, el 43,33% de la población afirma que aun cuando los videos e interacciones son importantes, la prioridad corresponde al contenido por lo cual no obtendrían un producto que sea demasiado creativo pero que se quedó cortó frente a la información que proporciona.

A partir de estos resultados se evidencia que la diferencia de opiniones de los padres de familia no es excesivamente significativa, por lo cual es importante que al momento de diseñar el producto se tengan en cuenta las posiciones de los padres frente a esta alternativa y diseñar un producto que responda a las necesidades de tipo informativo pero que también tenga inmersa esta información de forma creativa para que se pueda proporcionar algo mucho más integral y que solidifique cada uno de los aspectos acuñados anteriormente (Ver Tabla 8).

Tabla 9

Adquiriría un producto sobre ansiedad en niños por algún referido

Respuestas	%
Si	66,67
No	33,33

En relación con la adquisición de un producto el 66,67% de la población afirma que, si el producto fuese recomendado por algún director del colegio, amigo (a) o familiar habría más posibilidad de que ellos como padres de familia lo adquirieran puesto que está presente un valor importante de credibilidad correspondiente con experiencias anteriores de personas de su contexto inmediato. Por otro lado, el 33,33% de la población menciona que no obtendría el producto por recomendación de otros debido a que aun cuando eso les daría confianza

existen otros aspectos como contenido y pertinencia por los cuales tomarían la decisión si adquirirlo o no. (Ver Tabla 9).

En concordancia con lo anterior al momento de diseñar el producto es importante tener en cuenta que es probable que la recomendación del producto juegue un papel importante al momento de la adquisición por lo tal, se podría solicitar a los usuarios del mismo que a través de una experiencia positiva con el producto puedan propagar la información en caso de que conozcan de un caso que posiblemente pueda necesitarlo, de ser así esto permitiría que la temática y aún más el producto pueda darse a conocer de forma efectiva (Ver Tabla 9).

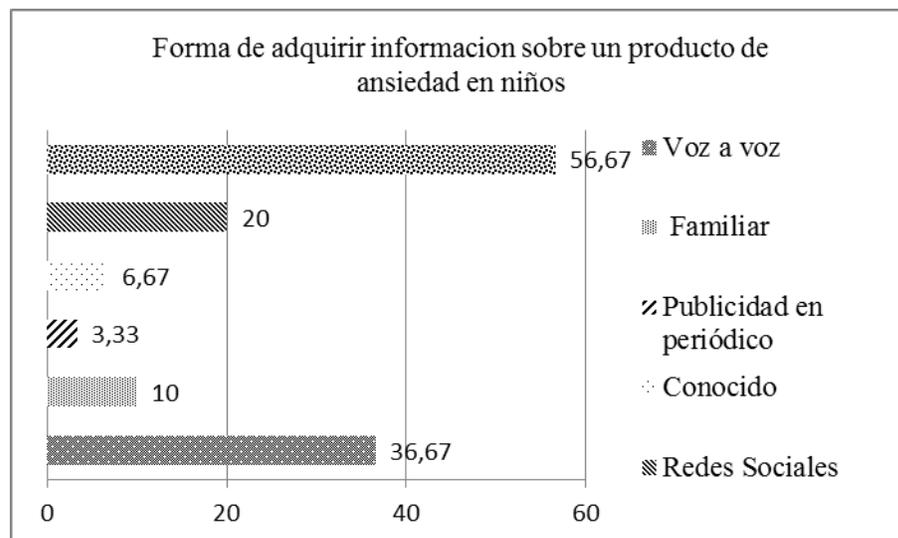


Figura 8. Maneras de recibir información sobre un producto de ansiedad en niños: se observa la distribución de respuestas a la octava pregunta de la encuesta de mercado.

Con base en los resultados obtenidos el 56,67% de los padres de familia afirman que el medio por el cual preferirían informarse acerca de un producto de Ansiedad en Niños, es a través de los colegios de sus hijos, debido a que de alguna manera esto le da un soporte de tinte educativo que proporciona a los padres seguridad acerca del contenido del mismo, otro de los medios más nombrados fue el voz a voz, puesto que el 36,67% corresponde a este aspecto y

los padres argumentan que por experiencias de otras personas puede evidenciarse de forma más próxima si es efectivo o no el tratamiento propuesto en el producto, tanto redes sociales, referido por conocido, referido por familiar y publicidad en periódico, fueron los medios con menores porcentajes con respecto a las opiniones de los encuestados los cuales tuvieron un puntaje de: 2,0 %; 6,67 %; 1,0 % y 3,33 % respectivamente.

Teniendo en cuenta lo anterior se evidencia que para la población los medios de preferencia se encuentran en el colegio de sus hijos y voz a voz, por lo cual en el diseño del producto es importante dar publicidad al producto de alguna de estas dos o complementándola con alguna otra para que de esta manera los usuarios se sientan confiados al momento de adquirir el producto (Ver Figura 8).

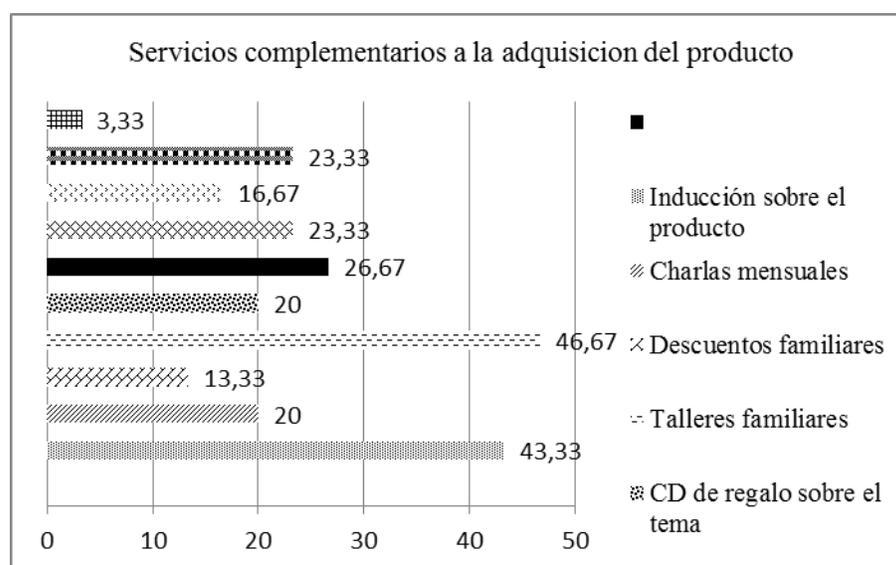


Figura 9. Servicios complementarios a la adquisición de un producto sobre ansiedad en niños: se observa la distribución de respuestas a la novena pregunta de la encuesta de mercado.

Para el 46,67% de la población encuestada es importante recibir talleres familiares para respaldar el uso del producto puesto que en algunas temáticas es importante ir más a profundidad o abarcar elementos que ayuden a reforzar los aspectos incluidos dentro del producto con otros que no estén inmersos en el

mismo, adicional a esto otro aspecto importante que les gustaría recibir como servicio está relacionado con inducciones acerca del producto, debido a que este espacio es pertinente para responder a algunas de las preguntas que los usuarios tengan frente al uso del mismo, con respecto al servicio nombrado anteriormente el 43,33% estuvo de acuerdo con que es adecuado para reforzar el proceso que se va a llevar a cabo con el producto. Así mismo el aspecto menos relevante es la invitación solo el 3,33% de la población encuestada, correspondiente a una persona, respondió que, si argumentando que sería un espacio acorde para resolver sus dudas, con respecto al otro adicional de los padres encuestados optaban por no tenerlo en cuenta puesto que no es acorde con la ayuda profesional que será brindada.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante para la creación del producto tener en cuenta que los servicios de preferencia para los padres de familia están relacionados con talleres familiares, inducciones acerca del producto, talleres individuales, actualizaciones, seguimiento anual y charlas mensuales, por lo cual podrían tenerse en cuenta estos aspectos para proporcionar a los usuarios un producto más integral que supla las necesidades de la persona que lo adquiera (Ver Figura 9).

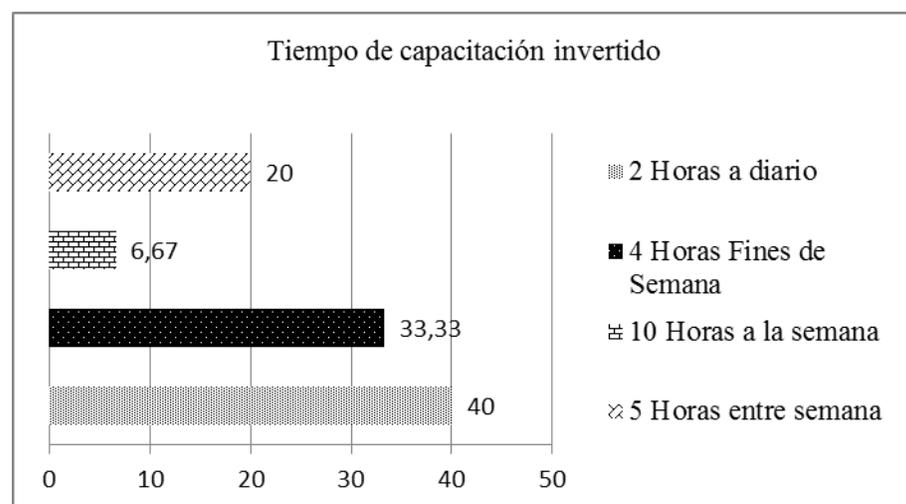


Figura 10. Tiempo de capacitación invertido: se observa la distribución de respuestas a la décima pregunta de la encuesta de mercado.

En relación con el tiempo de capacitación requerido, el 40% de los participantes encuestados afirman que invertirían 2 horas diarias y 12 sesiones para recibir los servicios adicionales inherentes al producto relacionado con inducción, guía, actualizaciones, capacitaciones etc.

El 33,33% de la población afirma que invertiría 4 horas los fines de semana para la asistencia a actividades de refuerzo del proceso llevado a cabo con el producto. Por otro lado, el 20% afirma que estaría dispuesto a dedicar 5 horas entre semana para trabajar los elementos nombrados anteriormente. Por último, en menor medida solo el 6,67% de los padres de familia encuestados estuvo de acuerdo con dedicar 10 horas a la semana.

Es así como se concluye que la población encuestada tiene preferencia por un seguimiento más constante que permita estar al tanto de cada una de las actualizaciones, recibir capacitaciones para un proceso guiado y obtener respuesta a las preguntas que pueden surgir en el proceso (Ver Figura 10).

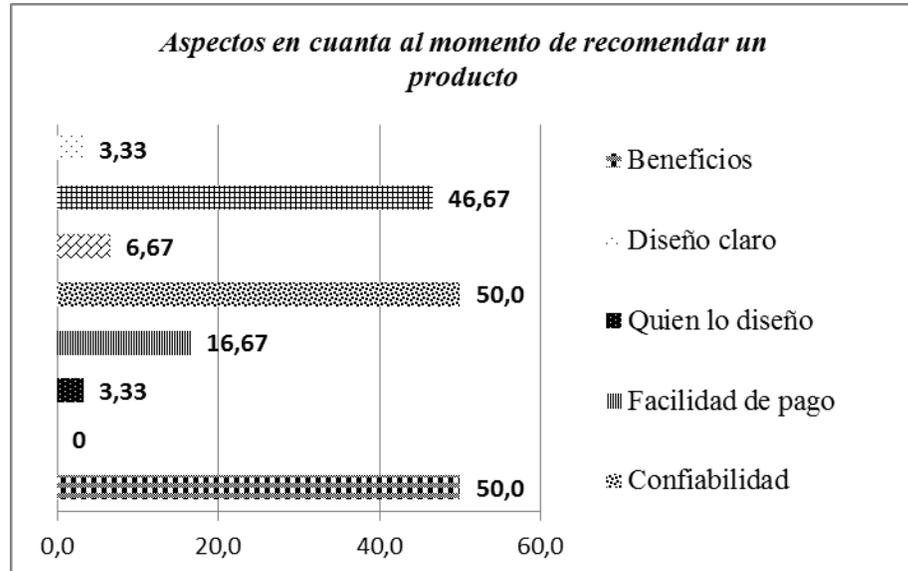


Figura 11. Aspectos al momento de recomendar un producto: se observa la distribución de respuestas a la onceava pregunta de la encuesta de mercado.

En relación con los aspectos al momento de recomendar un producto, los padres de familia encuestados dan a conocer con un % 50.0 que su prioridad es la

confiabilidad en el producto a recomendar, puesto que si se tiene una seguridad veraz y positiva en el producto que van a recomendar en más la credibilidad que la persona a la cual se la están recomendando creará en el producto; en cuanto a los beneficios puntúa con un % 50,0 que es una característica a tener en cuenta, para lo cual lo recomiendan a sus allegados o familiares, con un % 46,67 la facilidad de pago es importante también para su recomendación (Ver. Figura 11).

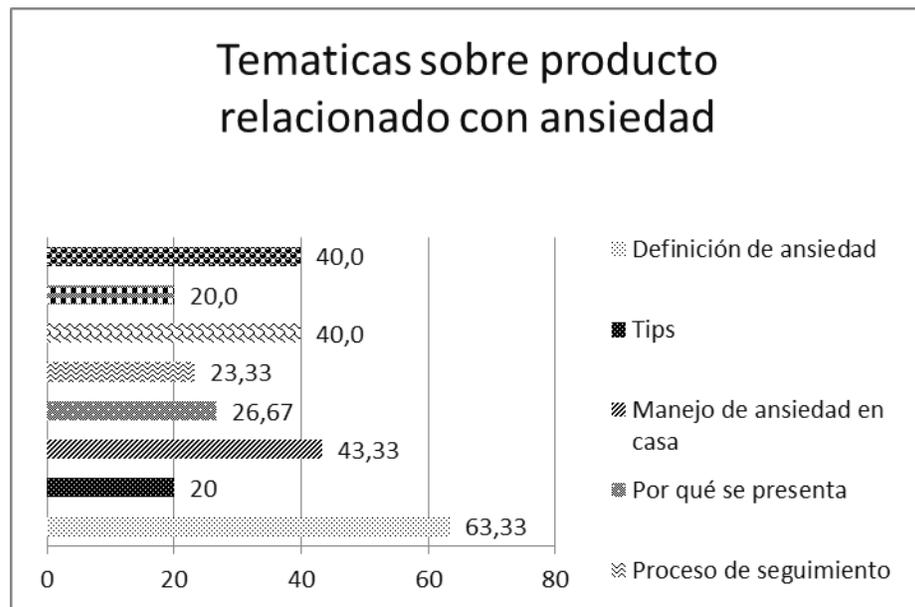


Figura 12. Temáticas sobre producto relacionado con ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la doceava pregunta de la encuesta de mercado.

Con respecto a esta pregunta el 63,33% de los padres de familia encuestados afirman que es importante que el producto contenga la definición de ansiedad, de igual manera acuñan la relevancia de que se incluya también como podría ser el manejo de la ansiedad en la casa frente a esta opción un 43,33% de la población está de acuerdo con ello, por lo tanto el 40% de los participantes refiere que es de gran importancia que exista claridad en la información y que el producto incluya un apartado en el cual se mencione cual es el rol que tiene la familia frente a la presencia de la ansiedad en sus hijos.

Teniendo en cuenta lo anterior es importante tener en cuenta que la información incluida en el producto debe ser clara y se debe transmitir con términos que permitan a los usuarios comprender los conceptos para poder dar el manejo adecuado en caso de que esté presente la ansiedad y si no se pueda detectar de forma temprana para acudir a ella y prevenir el desarrollo de la misma, otro aspecto que debe tenerse en cuenta es que los padres de familia no tienen claridad acerca de cuál es su rol frente al proceso y para darle atención a ello es necesario que dentro del producto se incluyan instrucciones e información acerca de este aspecto (Ver Figura 12).

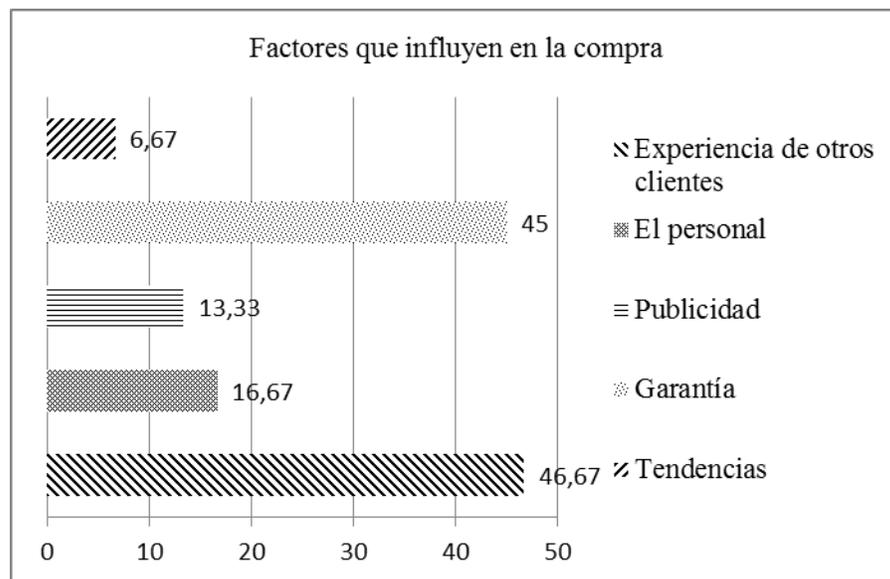


Figura 13. Factores que influyen en la decisión de compra de un producto relacionado con ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la treceava pregunta de la encuesta de mercado.

Frente a este ítem el 46,67% de la población manifiesta que es importante recibir recomendaciones de la experiencia de otros clientes para que accedan más fácil a comprar el producto, otro aspecto adicional que fue popular entre los padres de familia tiene relación con la garantía debido a que el 45% de la población se encuentra de acuerdo con ello, el aspecto con menor relevancia para

los padres de familia está relacionado con las tendencias debido a que argumentan que realmente el que algo sea muy común no certifica que el producto sea bueno.

Con base en lo anterior es importante que pueda darse a modo publicitario la presentación de algunos de los testimonios de personas que hicieron uso del producto y tuvieron una buena experiencia con el mismo (Ver Figura 13).

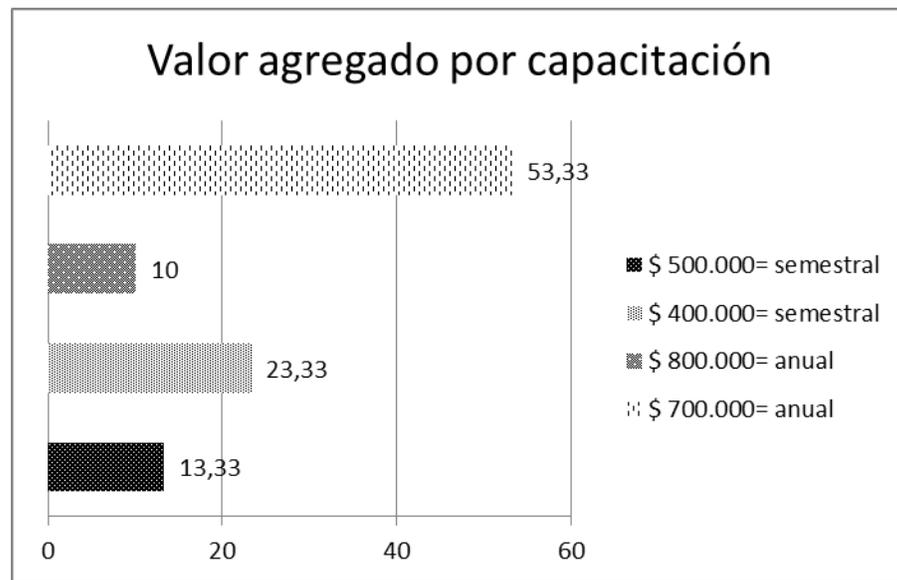


Figura 14. Valor agregado por capacitación y actualizaciones: se observa la distribución de respuestas a la catorceava pregunta de la encuesta de mercado.

Con respecto a este ítem el 53,33% de la población encuestada se inclina hacia la opción de \$700.000 anuales debido a que consideran que es un precio asequible para las familias que no tienen muchos ingresos económicos y que esto les permite acceder al servicio para poder prevenir posibles afectaciones en sus hijos, el segundo de los valores más aceptables para los padres de familia participantes va enfocado a \$400.000 semestrales lo cual equivale a \$800.000 anuales.

Teniendo en cuenta lo anterior no se encuentra mucha diferencia entre los valores que se encuentran dentro de la preferencia de los usuarios por lo cual, se podría tener en cuenta este valor para estimar un posible precio del producto, equiparándolo con el costo para la realización por unidad y la cantidad posible a realizar para promediar el gasto total (Ver Figura 14).

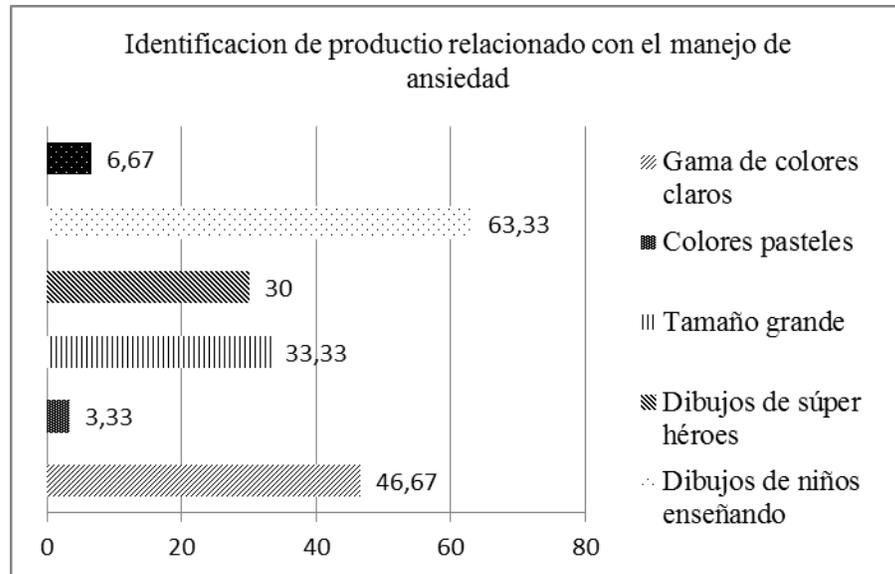


Figura 15. Identificación sobre producto relacionado con el manejo de ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la quinceava pregunta de la encuesta de mercado.

Con respecto a la apariencia de producto el 63,33% de los padres de familia mencionan que deben ir incluidos dibujos de niños enseñando para inspirar a los niños a tener aproximaciones con el producto o sentirse identificados con el mismo, adicionalmente el 33,33% está de acuerdo con que el tamaño de la fuente debe ser grande y legible para que facilite la visibilidad de la información, otro aspecto acuñado por el 46,67% de la población tiene relación con integrar una gama de colores claros que den una apariencia de tranquilidad y serenidad a los infantes y por último el 30% de los padres de familia les parece que es

pertinente incluir dibujos de súper héroes al producto para que a partir de ello pueda generarse interés en los niños.

Teniendo en cuenta lo anterior es importante que se tengan estas recomendaciones en cuenta para los elementos que va a incluir el producto con el objetivo de que la apariencia del mismo sea más atrayente para el usuario del mismo (Ver Figura 15).

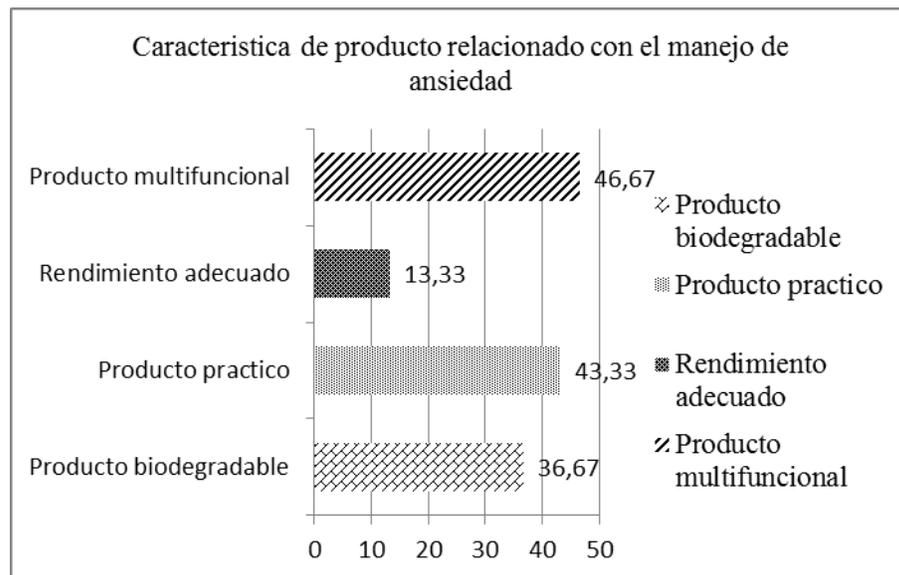


Figura 16. Características sobre producto relacionado con el manejo de ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la dieciseisava pregunta de la encuesta de mercado.

Frente a las características del producto relacionado con el manejo de la ansiedad, el 46,67% de la población encuestada concuerda en que el principal aspecto que buscan en el producto está relacionado con que sea un producto multifuncional con respecto a contextos, lo cual da cuenta de que el producto pueda ser usado en distintos espacios y por diferentes personas que puedan guiar el proceso de los infantes en pro de obtener los mismos resultados, de igual manera el 43,33% de los padres de familia afirman que otra de las características importantes en el producto está vinculada a que sea un producto práctico, de uso

fácil, concreto y que supla las necesidades del usuario. Adicionalmente el 36,67% de los participantes opina que, si el producto es biodegradable a parte de un beneficio individual para el usuario y colectivo para su familia, podría aportar al cuidado del medio ambiente y esto puede generar una consciencia del cuidado de recursos naturales que a través del producto puede transmitirse. (Ver Figura 16).

Teniendo en cuenta lo anterior es importante que en relación a la elaboración del producto puedan realizarse los elementos que lo componen enfocados a que pueda usarse en diferentes contextos y tenga la cantidad de cosas ideal para hacer uso de los objetos que lo componen de forma práctica y además que logre suplir la necesidades de los usuarios, en lo posible que sea realizado si no en su totalidad por lo menos una parte del producto en material biodegradable para aportar al cuidado del medio ambiente, ya que la población de padres de familia considera que este aspecto puede ser relevante. (Ver Figura 16).

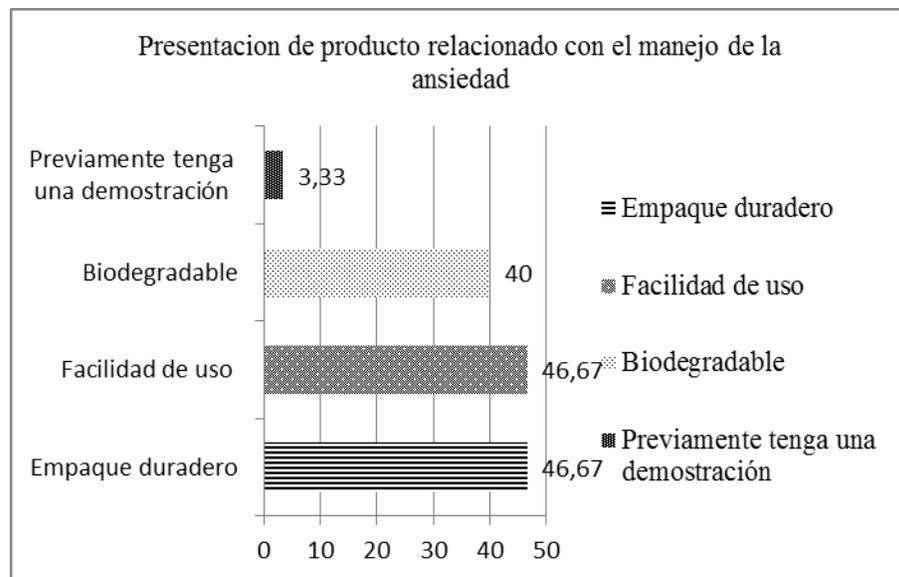


Figura 17. Presentación sobre producto relacionado con el manejo de ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la diecisieteava pregunta de la encuesta de mercado.

En relación con la presentación del producto el 46,67 % de la población concuerda en que es importante para su adquisición que el producto tenga un empaque duradero, así como que su muestra sea de uso fácil y algunos elementos que componen el producto sean de carácter biodegradable para responder a las necesidades del medio ambiente.

Con base en lo anterior el producto debe tener un empaque duradero, debe ser de uso fácil y con algunos elementos elaborados con material biodegradable, esto para responder a las sugerencias realizadas por la población para cumplir sus expectativas y lograr que se genere satisfacción en los usuarios porque se suplen sus necesidades. (Ver Figura 17).

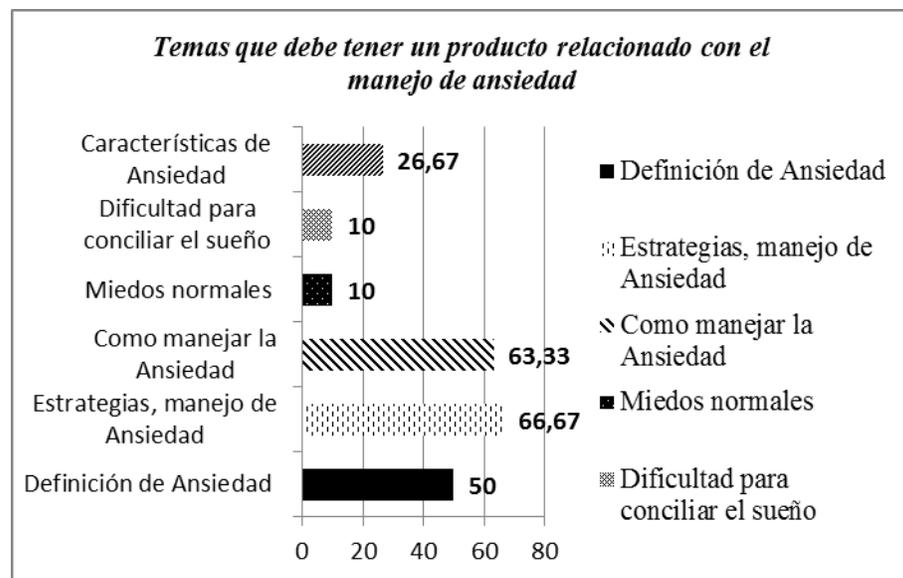


Figura 18. Temas que debe tener un producto relacionado con el manejo de ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la dieciochoava pregunta de la encuesta de mercado.

En relación con las temáticas que consideran los padres de familia deben ir incluidas en el producto orientado al manejo de la ansiedad, un 66,67% la población menciona que dentro de las temáticas que deben ir incluidas en el producto están las estrategias de manejo de la ansiedad, con un 63,33% los padres de familia afirman que

debe ir incluido el como del manejo de la ansiedad en contextos externos al hogar, de igual manera el 50,22% de los participantes considera que debe integrarse la definición de la ansiedad para realizar una contextualización al usuario del producto, 26,67% afirma la necesidad de que se incluyan las características de la ansiedad y en menor cantidad 10,4% para las dos opciones, los participantes mencionan que deben incluirse los miedos normales y la dificultad para conciliar el sueño en relación con la ansiedad. (Ver Figura 18).

Teniendo en cuenta lo anterior el producto debe incluir temáticas como: a) definición de ansiedad, b) características de la ansiedad, c) estrategias de manejo de ansiedad en el hogar, d) manejo de ansiedad en contextos externos al hogar y por último e) distinción entre miedos normales y presencia de fobias. (Ver Figura 18).

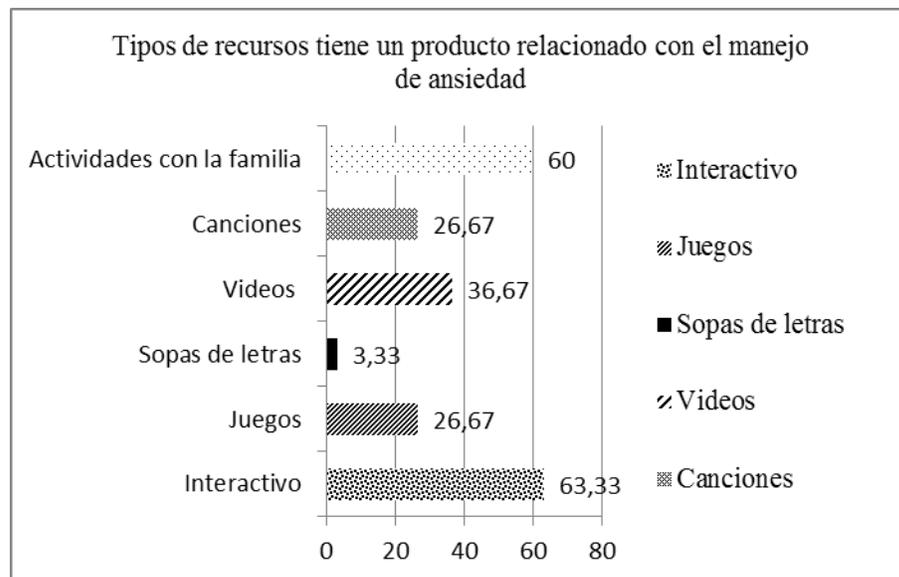


Figura 19. Tipos de recursos tiene un producto relacionado con el manejo de ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la diecinueveava pregunta de la encuesta de mercado.

En relación con los tipos de recursos, el 63,33% de la población encuestada considera que debe ser interactivo para que permita que los infantes se relacionen más fácil con el uso del producto, el 60,28% menciona que las actividades con la familia pueden permitir que el niño se sienta cómodo e importante para su núcleo familiar, el

36,67% afirma que la presencia de videos puede además de proporcionar un posible espacio para trabajar en familia, facilitar la comprensión de temáticas complejas puesta en términos y ejemplos simples, el 26,67% refiere que la presencia de los juegos pueden generar que se den varios beneficios puesto que aparte de estar aprendiendo y mejorar algunos aspectos pueden divertirse y poner a disposición todas las habilidades que poseen, así como el uso de canciones puede certificar que se pueda retener más fácil la información proporcionada por los creadores del producto. (Ver Figura 19)

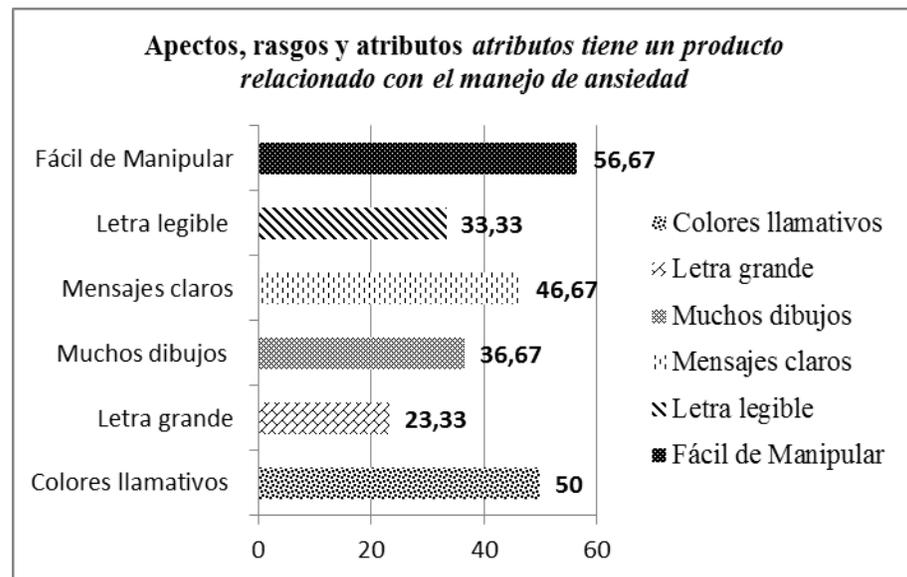


Figura 20. Aspectos, rasgos o atributos que tiene un producto relacionado con el manejo de ansiedad: se observa la distribución de respuestas a la veinteava pregunta de la encuesta de mercado.

En relación con los aspectos rasgos y atributos que tiene un producto relacionado con el manejo de la ansiedad, el 56,67% de los padres de familia refiere que es importante que el producto sea fácil de manipular debido que en ocasiones han adquirido productos que luego no saben cómo usar y en ese momento se pierde su utilidad, el 50,20% menciona que estén presentes colores llamativos para que el producto sea atrayente para los niños, teniendo en cuenta que el primer contacto es visual. Por otro lado, el 46,67% menciona que es necesario que los contenidos que posea el producto deben ser claros para facilitar la comprensión tanto de padres como de hijos, el 36,67% refiere que pueden

incluirse dibujos para que para que en los niños de edades menores pueda generarse un interés por interactuar con el producto. Por ultimo en menor medida los participantes mencionan que es pertinente que los contenidos tengan letra legible y grande para que la temática pueda comprenderse a cabalidad. (Ver Figura 20).

Discusión de mercado

A partir de los resultados obtenidos en el estudio de mercado respecto al producto Anxiekit Se tomaron las siguientes decisiones:

1. La información que contiene el producto será legible y con conceptos de fácil comprensión para la población; en caso de que se refiera terminología técnica será incluida dentro de un glosario que orientara al padre de familia y/o docente acerca del significado del mismo.
2. El valor del producto oscilará en un rango de \$500.000 a \$800 000, teniendo en cuenta que el valor se incrementa de acuerdo a los elementos que se adicionen Ej: capacitaciones, contenidos extra, talleres familiares, inducciones acerca del producto, talleres individuales, actualizaciones, seguimiento anual y charlas mensuales.
3. Se realizarán actualizaciones del producto anualmente, con el objetivo de incluir aspectos relevantes que puedan aportar nuevos estudios o modificaciones orientadas a consideraciones de las autoras o aspectos relacionados con inconformidades o dudas de los usuarios.
4. El producto se presentará en colegios, unidades de servicios psicológicos y hospitales, lugares en los cuales se realizará una explicación previa a los posibles usuarios, acerca del contenido, uso y metodología implementada en el producto.
5. Anxiekit es un producto que debe ser usado en niños de 8 a 12 años, únicamente con el acompañamiento de un adulto previamente capacitado para su uso.
6. Las capacitaciones y actualizaciones del producto se proporcionarán por medio de visita al hogar para usuarios recientes y para los usuarios

antiguos se brindarán por vía internet, en los cuales se incluirán videos interactivos o los elementos que requiera la temática correspondiente y el costo de las mismas oscilara entre \$600.000 y \$800.000

7. La entrega del producto será verificada por la compañía y será evaluada a partir de una encuesta en la que se obtendrá una calificación por parte del usuario en el que presente su nivel de satisfacción frente a la oportuna entrega y atención del domiciliario.
8. El producto incluirá imágenes de niños enseñando y superhéroes, el tamaño de la fuente será grande y proporcionará la integración de una gama de colores claros y llamativos
9. El Anxiekit tendrá un empaque que será elaborado en material biodegradable
10. Anxiekit contendrá temáticas como: a) definición de ansiedad, b) distinción entre ansiedad normal y ansiedad patológica, c) síntomas d) causas y factores de riesgo e) factores de mantenimiento f) canales de respuesta en relación con la ansiedad (fisiológico, cognitivo, conductual) g) estrategias de manejo de ansiedad para padres h) estrategias de manejo de ansiedad para docentes y/u orientadores i) rol de padres y docentes / orientadores frente al manejo de la ansiedad j) distinción entre miedos normales y presencia de fobias k) emociones l) regulación emocional. m) tips para facilitar la expresión emocional en los niños n) signos de alarma
11. Se usarán medios publicitarios para dar a conocer el producto, por medio de anuncios en redes sociales, panfletos y videos en YouTube en donde se presenten testimonios de usuarios que hayan tenido experiencias positivas con el producto.

Resultados



Figura 21. Presentación producto Anxiekit.



Figura 22. Manual de Instrucciones de Anxiekit. Presentación producto Anxiekit.

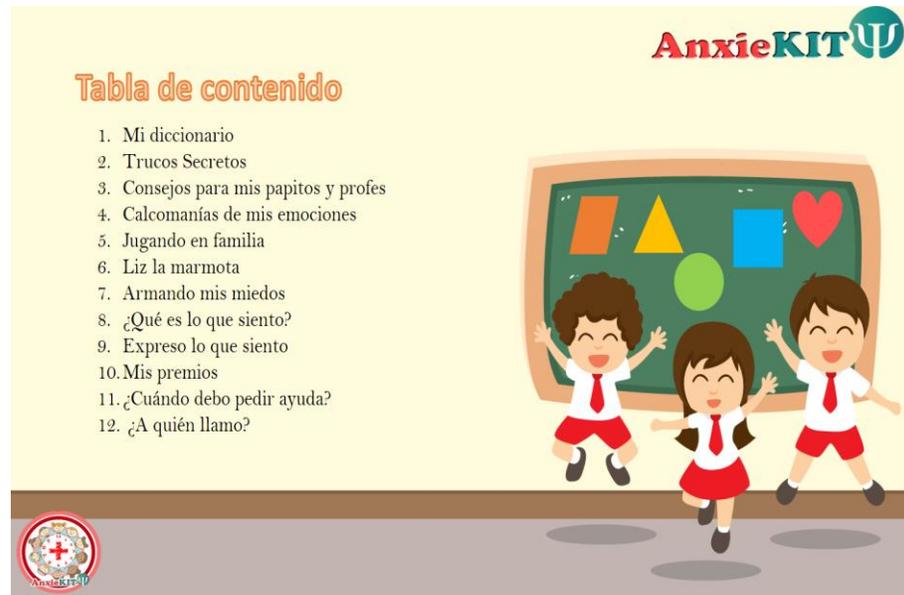


Figura 23. Tabla de Contenido de Anxiekit. Presentación producto Anxiekit.



Figura 24. Manual de Instrucciones de Anxiekit. Presentación producto Anxiekit.

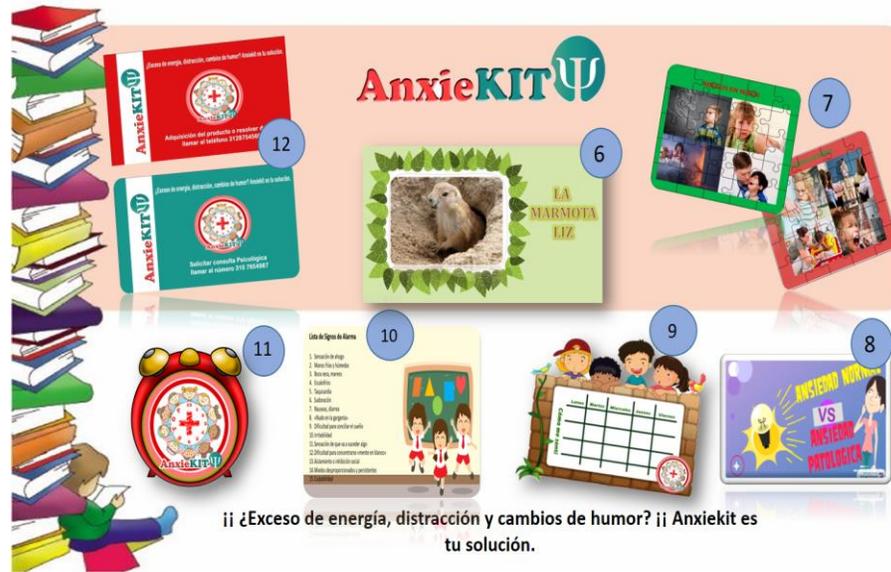


Figura 25. Manual de Instrucciones de Anxiekit. Presentación producto Anxiekit.



Figura 26. Especificaciones técnicas del Manual de Instrucciones. Presentación producto Anxiekit.

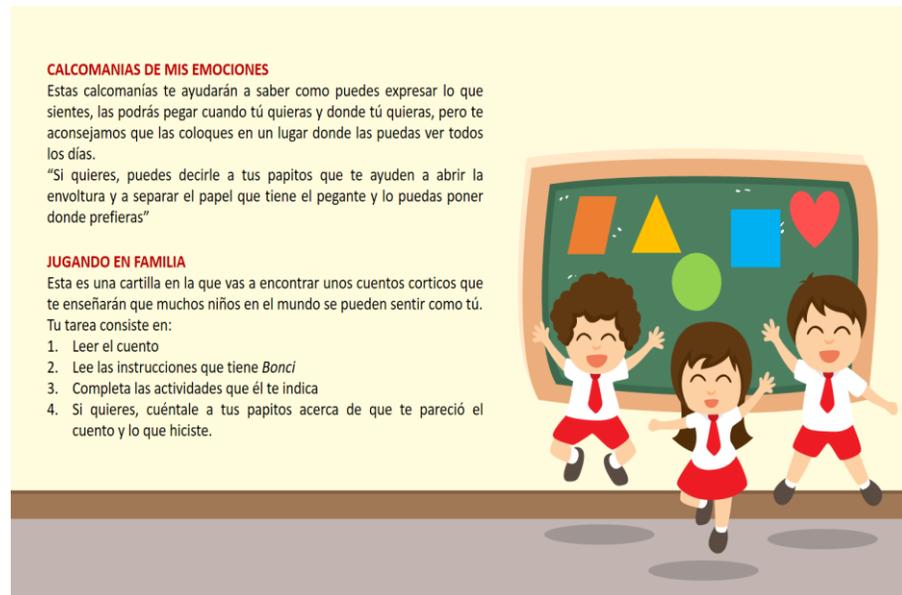


Figura 27. Especificaciones Técnicas del Manual de Instrucciones. Presentación producto Anxiekit.

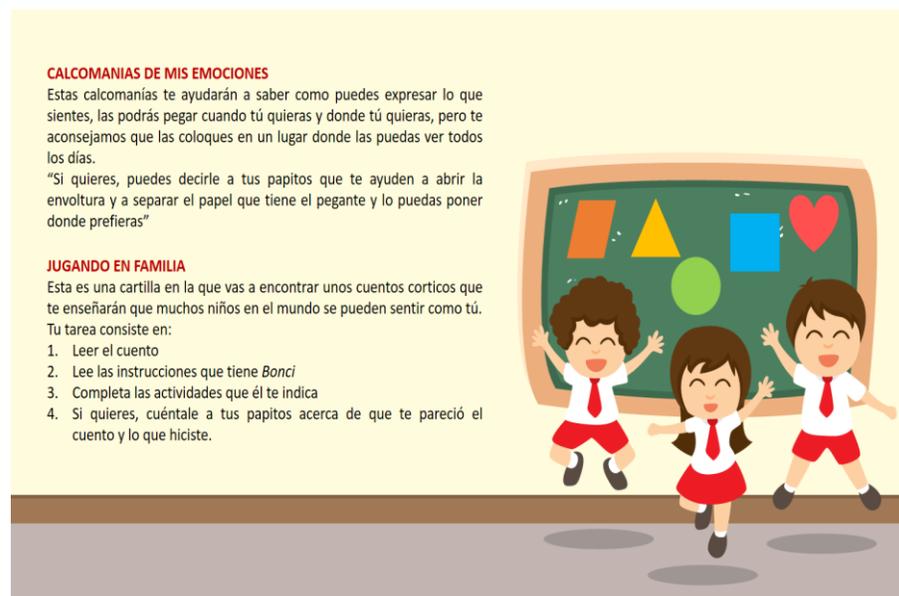


Figura 28. Especificaciones Tecnicas del Manual de Instrucciones. Presentación producto Anxiekit.

LIZ LA MARMOTA
Aquí encontrarás un cuento, en el cual podrás ver algunas cosas de las que puede sentir, pensar y hacer alguien que tenga ansiedad. Para esto, es importante que le pidas a tus padres ayuda para que alguno de ellos te lo lea y así puedas compartir más con ellos. Luego pueden comentar acerca de como les pareció el cuento y si en algún momento has sentido algo parecido.
Nota: Lo puedes leer cuando tu y tus papitos prefieran.

ARMANDO MIS MIEDOS
Estos son dos rompecabezas que puedes armar para descubrir algunos miedos que puedes tener tú o también algunos de tus compañeros. Uno de ellos te mostrará algunos miedos que se presentan de acuerdo a tu edad y el otro, te enseñará que algunos miedos duran más y pueden afectar lo que haces en tu colegio o casa; estos requieren ayuda, así que es importante que si te sientes así, se lo cuentes a tus padres/ profesores y ellos puedan buscar las tarjetas de ¿A quién llamo? para ayudarte.

¿QUÉ ES LO QUE SIENTO?
Es un video que te va a contar cual es la ansiedad que en algún momento sentimos todas las personas y podemos manejarlas solos y cual es la que también se puede presentar pero requiere de alguien que nos pueda ayudar.

Nota: Si sientes que es necesario que alguien te ayude, recuerda avisarles a tus papás para que puedan recurrir ¿A quién llamo? Estaremos muy felices de ayudarte.



Figura 29. Especificaciones Técnica del Manual de Instrucciones. Presentación producto Anxiekit.

EXPRESO LO QUE SIENTO
En este tablero encontrarás los días de la semana con unas casillas, lo importante es que al final del día le cuentes a tus papas como te sentiste y con ayuda de ellos escojas la emoción que corresponde y la puedan pegar en el tablero, para que al final del mes o semana (según lo que decidan tu y tus padres) puedan obsequiarte un premio por tu buen comportamiento.

MIS PREMIOS
En esta alcancía los padres deberán depositar una cantidad de dinero acordada anteriormente por cada vez que el niño/a exprese sus emociones, para que al final del mes o semana (según decidan) puedan brindar a su hijo el obsequio que deseen como recompensa a su comportamiento.

¿CUÁNDO DEBO PEDIR AYUDA?
En esta hoja encontrarás una lista de síntomas de alerta que te guiarán para que sepas que cuando se presenten más de 4 de estos signos, debes pedir ayuda profesional.

¿A QUIÉN LLAMO?
Son dos tarjetas en las que encontrarán unos números telefónicos de contacto a los que los padres o docentes se pueden comunicar, en caso de que necesiten resolver alguna duda, solicitar consulta o deseen pedir otro botiquín.



Figura 30. Especificaciones Técnica del Manual de Instrucciones. Presentación producto Anxiekit



Figura 31. Mi Diccionario. Presentación producto Anxiekit.



Figura 32. Mi Diccionario. Presentación producto Anxiekit.

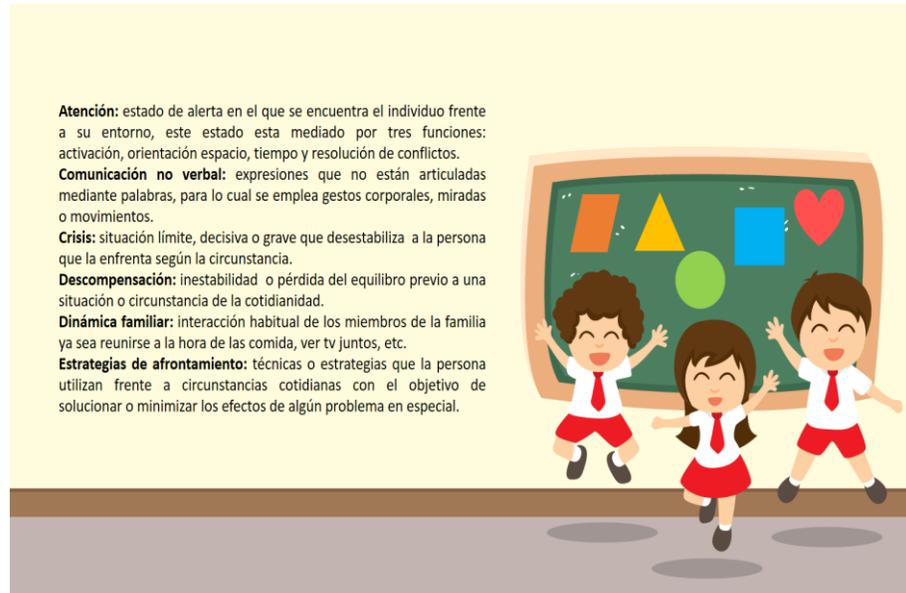


Figura 33. Mi Diccionario. Presentación producto Anxiekit.

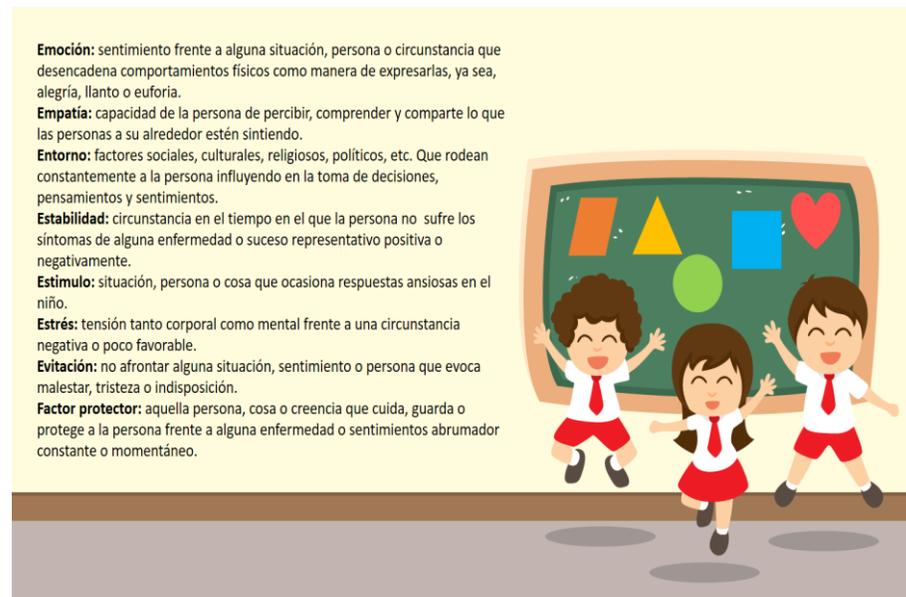


Figura 34. Mi Diccionario. Presentación producto Anxiekit.

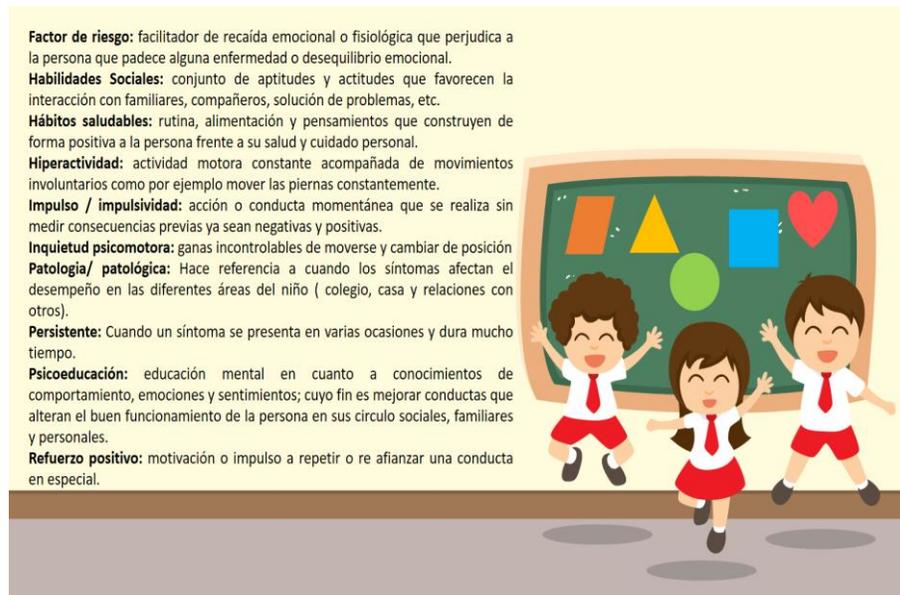


Figura 35. Mi Diccionario. Presentación producto Anxiekit.

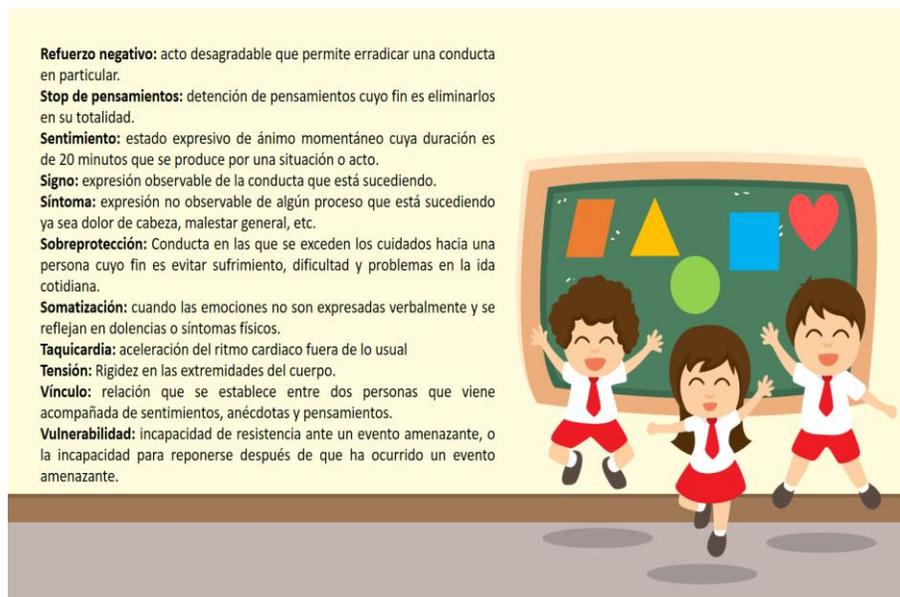


Figura 36. Mi Diccionario. Presentación producto Anxiekit.



Figura 37. Mi Diccionario. Presentación producto Anxiekit.



Figura 38. Trucos Secretos (Padres y Docentes). Presentación producto Anxiekit.

CAPSULAS PADRES

1. Si tu hijo llora, no le digas que se calme, acompáñalo y luego pide que te cuente la razón por la cual se siente triste.
2. Permite que tu hijo te comente acerca de como se sintió frente alguna situación en específica, no le cohibas de expresarse.
3. Enséñale a tu hijo que las emociones son algo natural y que es necesario expresarla y se puede aprender la forma correcta de hacerlo.
4. Si tu hijo es del sexo masculino afirmale que el también tiene derecho a llorar y si es del sexo femenino afirmarle que su genero no tiene nada que ver con sus emociones.
5. Explicale a tu hijo que el expresar su emoción no le da derecho de hacer daño a los demás.
6. Si tu hijo te hace "pataleta" acompáñalo a que termine la curva de su emoción y pídele explicación acerca de lo que paso, de forma asertiva



Figura 39. Trucos Secretos (Padres y Docentes). Presentación producto Anxiekit.

CAPSULAS PADRES

7. Tú eres el modelo de expresión emocional de tu hijo, por lo tanto si tú gritas, golpeas etc. Tu hijo posiblemente hará lo mismo que tú, presta atención a lo que haces y se el mejor modelo para tus hijos.
8. No le digas a tu hijo "porque te pones así" "no llores por esa bobada" "eso no tiene importancia", esas frases invalidan la emoción de tu hijo y le hacen pensar que no esta bien sentirse así, posiblemente las razones por las cuales tu experimentarías una emoción no son las mismas que las de tu hijo, cada persona tiene motivos diferentes y eso esta BIEN.
9. Enséñale a tu hijo que no todos los lugares y situaciones son adecuados para expresar las emociones y que hay formas de hacerlo sin que tenga que reprimirlas.
10. Crea una relación tan cercana con tu hijo que haga que sea fácil para él contarte como se siente y no le castigues cuando se exprese inadecuadamente, solo indícale la forma correcta de hacerlo.



Figura 40. Trucos Secretos (Padres y Docentes). Presentación producto Anxiekit.

CAPSULAS PROFESORES

1. Crear situaciones en las que el docente pueda comunicar y contrastar las propias experiencias y problemáticas con otros compañeros de trabajo que se enfrentan a dificultades similares.
2. Incremento en el conocimiento por parte de los docentes, rectores y equipo de apoyo educativo frente al manejo de la ansiedad social.
3. Comprensión de parte de los docentes, padres, rectores y equipo de apoyo educativo de variables que generan vulnerabilidad a presentar ansiedad en el estudiante, ya sean exámenes, cierre del año escolar o alguna actividad programada.
4. Hacer un llamado de atención a solas con el alumno, puesto que una exposición a sus compañeros generara en el estudiante ansiedad y una mala experiencia.
5. Frente a una problemática presentada, pregúntele al alumno que le comente la situación que ocurrió, y si el alumno tiene responsabilidad en esta situación, corrija al alumno haciéndolo caer en cuenta de su error, en un dialogo asertivo



Figura 41. Trucos Secretos (Padres y Docentes). Presentación producto Anxiekit.

CAPSULAS PROFESORES

6. Motivar al alumno a realizar las actividad que desde su punto de vista se evidencia que le generan ansiedad, como pasar al tablero, leer en el salón.
7. Realizar las actividad que dentro del salón de clases le generan ansiedad al alumno, o realizarlas usted como ejemplo a su alumno.
8. La contribución a que las actividades que se realizan dentro de la institución se desarrollen en un clima de respeto, de tolerancia, de participación y de libertad para fomentar en el alumnado los valores de la ciudadanía democrática.
9. La información periódica a las familias o familiares sobre el proceso de aprendizaje de sus hijos e hijas, así como la orientación para su cooperación en el mismo.
10. Cree empatía con sus alumnos, que sientan en usted como docente un apoyo tanto moral como social en la cotidianidad de las horas escolares.



Figura 42. Trucos Secretos (Padres y Docentes). Presentación producto Anxiekit.



Figura 43. Consejos para mis apapitos y Profesores. Presentación producto Anxiekit.

CURAS PADRES
(Color Amarillo)

1. Propiciar el diálogo y la conciliación en vez de la confrontación. El diálogo nos permitirá encontrar soluciones más eficaces a nuestros problemas.
2. Aprender a manejar asertivamente las expresiones de rabia y miedo, esto con el fin de no transmitir estas emociones a nuestros hijos. En estas situaciones hay que pensar con calma y actuar rápido sin alarmar.
3. Es importante cuidar y crear espacios de convivencia sana con familiares, amigos y personas cercanas. Se recomienda tomar un espacio durante el día para conversar y compartir sobre un tema distinto.
4. Mantenga los hábitos y rutinas de los niños en el hogar y en la escuela.
5. Diga a los niños solo lo concreto de la situación, sin dramatizar y complejizar la información, pues va ser de difícil comprensión para el niño.
6. Evite el aislamiento del niño, es importante mantenerlo comunicado con familiares, amigos y personas cercanas, con el fin de intercambiar opiniones e informaciones sobre la situación actual y posibles escenarios futuros.

 The illustration shows three children in school uniforms (two boys and one girl) standing in front of a chalkboard. The chalkboard has various geometric shapes and a heart drawn on it. The children are smiling and have their arms raised, suggesting a happy or engaged classroom environment.

Figura 44. Consejos para mis apapitos y Profesores. Presentación producto Anxiekit.

CURAS PADRES
(Color Amarillo)

7. Identificar qué es lo que motiva la ansiedad: Por ejemplo, un excesivo deseo de perfección o de querer tener todo bajo control en la vida: una persona con perfil perfeccionista suele tener problemas con la ansiedad y la compulsividad. Las causas pueden ser también objetivas: un exceso de presión o de exigencias por parte de los demás.
8. Interpretar correctamente los eventos y situaciones, cultivando pensamientos positivos. Pensar en positivo y comunicar lo más posible con los demás, sin tener miedo a expresar nuestras propias ideas.
9. Tener momentos de análisis y reflexión en su justa medida, sin darle demasiadas vueltas en la cabeza: Es muy importante centrarse sobre todo en el presente y saber olvidar lo que ha quedado en el pasado.
10. Realizar actividades que nos gusten y nos relajen, especialmente el ejercicio físico, para descargar energía y tensiones.



Figura 45. Consejos para mis apapitos y Profesores. Presentación producto Anxiekit.

CURAS DOCENTES
(color Verde)

1. Si hay algún tipo de conflicto en el aula, permite que el niño se exprese acerca de como se siente frente a lo que ocurrió.
2. Si el niño presenta dificultades académicas no le hagas comentarios negativos, pídele que te cuente que dificultades cree que tiene y como se siente con la clase.
3. Menciona a tus estudiantes que si hay algo con lo que no se sientan cómodos de la clase pueden expresarlo, no necesariamente tiene que ser cambiado pero pueden negociar si es algo que lo permita.
4. Ten cuidado en la manera como comunicas algo cuando te molesta, tu eres el modelo de tus estudiantes (no grites, no te alteres, no golpees las cosas)
5. Si hay un conflicto entre tus estudiantes permite que cada uno se exprese desde su experiencia individual y haz que vean que es importante la palabra de cada una de las partes.



Figura 46. Consejos para mis apapitos y Profesores. Presentación producto Anxiekit.

CURAS DOCENTES
(color Verde)

6. No le digas a tu estudiante que la razón por la cual se molesto o se puso triste no es lo suficientemente importante, tal vez no lo sea para ti y eso no significa que tampoco lo tenga que ser para él.
7. No le castigues a tu estudiante cuando se exprese de forma inadecuada, explícale las razones por las cuales no debe ser de esa forma y enséñale la forma correcta de hacerlo-
8. No permitas que el llanto excesivo, los gritos u otras conductas inadecuadas sean la forma de acceder a los intereses individuales, enséñale a hacer uso de la comunicación asertiva para el fin de los mismos.
9. En caso de que notes un comportamiento extraño que aluda a algún tipo de emoción que el niño esté experimentando, acude a él y pregúntale acerca de la situación, en caso de que no te cuente que pasa, establece comunicación con los padres y coméntales lo que ocurrió.
10. Si identificas que para el niño es difícil expresar sus emociones, remítelo a psicología en la institución educativa y felicítale cada vez que el logre expresarse.



Figura 47. Consejos para mis apapitos y Profesores. Presentación producto Anxiekit.

AnxieKIT 

CALCOMANIAS DE MIS EMOCIONES
Estrategias niños y Padres



Figura 48. Calcomanias de mis Emociones (Estrategias niños y Padres). Presentación producto Anxiekit.



Figura 49. Calcomanías de mis Emociones (Estrategias niños y Padres). Presentación producto Anxiekit.

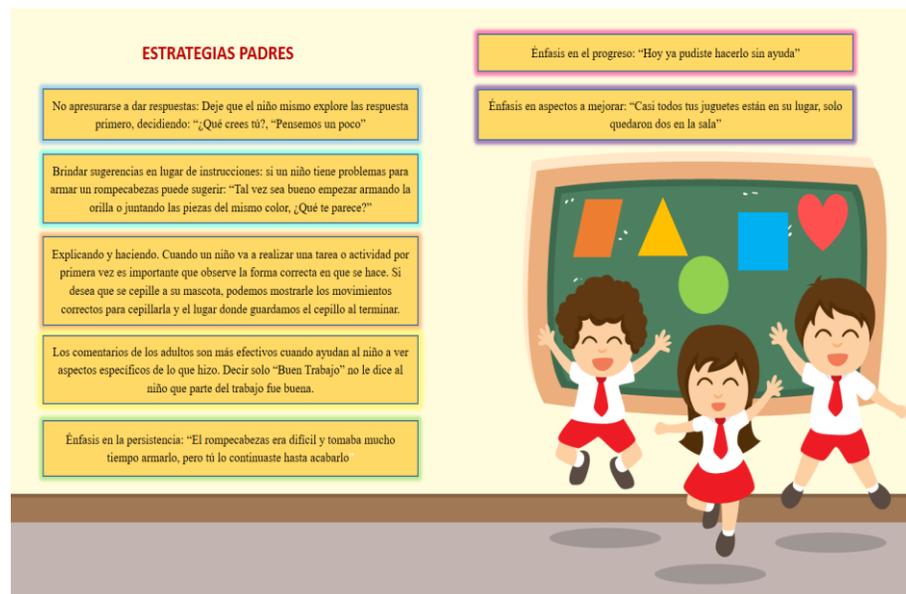


Figura 50. Calcomanías de mis Emociones (Estrategias niños y Padres). Presentación producto Anxiekit.



Figura 51. Jugando en Familia. Presentación producto Anxiekit.



Figura 52. Jugando en Familia. Presentación producto Anxiekit.



En la siguiente historia debes colocar la emoción que mas te genera y si te sientes identificado o no...

Mucho gusto soy **MONS** no quiero asustarte me gustaría que me pintaras, me siento solito

Federico es un niño de 8 años de edad, a Federico no le gusta dormir con la luz apagada, siente que un monstruo va a aparecer debajo de su cama y se lo llevara.
Federico pide a su papá que le deje la luz encendida todas las noches, a lo cual su padre responde que el debe crecer y ser fuerte. TU como te sientes frente a la historia de Federico?

Soy **MONS** recuerda pintarme





Figura 53. Jugando en Familia. Presentación producto Anxiekit.



Te sientes Identificado

SI

NO

En la historia pasada ¿Como te sentiste ?

Como te sientes (marca con una X)

Preocupado Enojado Nervioso Asustado

Me puedes pintar ...
¿Quieres ser mi amigo?





Figura 54. Jugando en Familia. Presentación producto Anxiekit.



En la siguiente historia debes identificar que le pasa a tu cuerpo...

María tiene 10 años de edad, le gusta ir al colegio y sus materias preferidas son: educación física, religión y ética. Pero no le gusta matemáticas, historia y sociales; cuando le dicen que debe pasar al TABLERO se esconde detrás de su compañero del frente y dice:
!! La profe Susana debería decirle a Carlos que pase, a él le gusta mucho pasar al tablero!!
A lo cual la profesora responde:
!María! Debes pasar, a ti te estoy preguntando, no a Carlos.

María se levanta de su pupitre y camina lentamente hacia el tablero, cuando se ubica al frente, ve a todos sus compañeros muy grandes y empieza a tartamudear, se le olvidan las cosas y se pone muy nerviosa.

Me puedes pintar ...



Figura 55. Jugando en Familia. Presentación producto Anxiekit.



Te sientes Identificado

SI

NO

En la historia pasada ¿Como te sentiste ?

Como te sientes (marca con una X)

Sorprendido Enojado Pensativo Asustado

Me puedes pintar ...

Figura 56. Jugando en Familia. Presentación producto Anxiekit.



Figura 57. Liz la Marmota. Presentación producto Anxiekit.

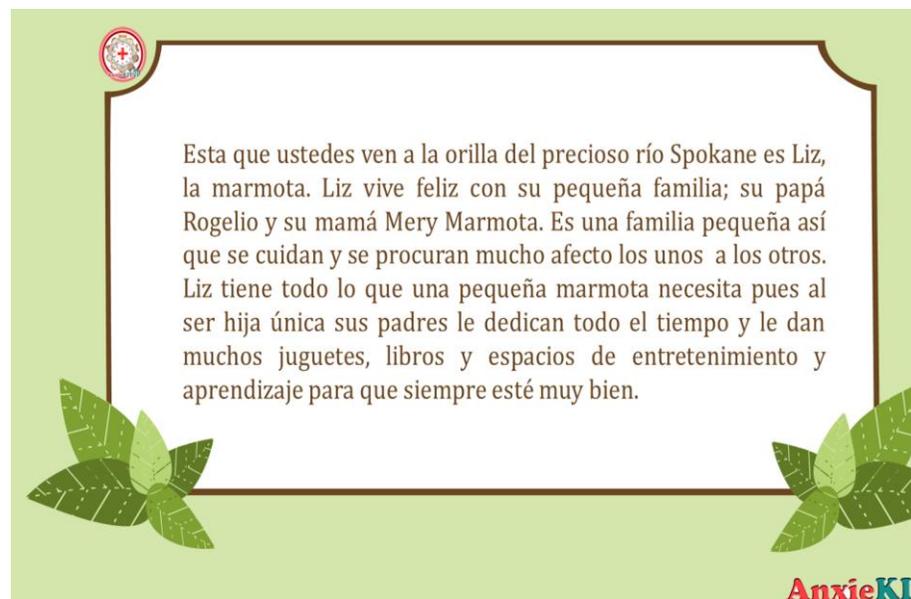


Figura 58. Liz la Marmota. Presentación producto Anxiekit.

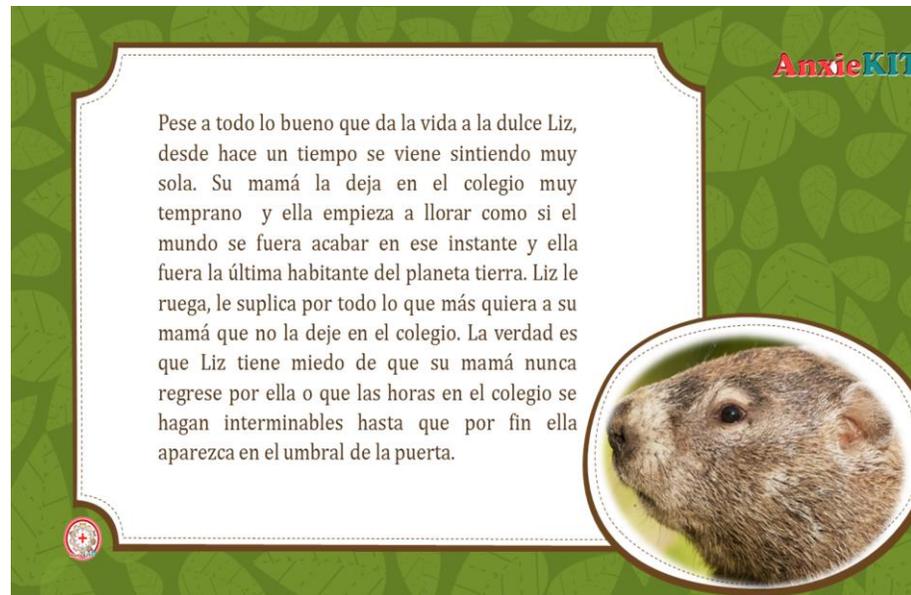


Figura 59. Liz la Marmota. Presentación producto Anxiekit.

REFERENCIA

AnxieKIT

Londoño, S. (2014). Reflexiones para adultos en problemáticas del cuento. Ansiedad de separación, Inseguridad.
 Tomado de <http://cuentosninossabios.blogspot.com.co/2014/06/de-como-liz-la-marmota-ya-no-tuvo-miedo.html>

Nota:
 Si desea consultar el cuento de Liz la Marmota se anexa la referencia en la parte superior, esto con el fin de, respetar los derechos del autor del cuento.

Figura 60. Liz la Marmota. Presentación producto Anxiekit.



Figura 61. Armando mis Miedos. Presentación producto Anniekit.



Figura 62. Armando mis Miedos. Presentación producto Anniekit.



Figura 63. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit.



Figura 64. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit.



Figura 65. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit.



Figura 66. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit.



Figura 67. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit.



Figura 68. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit.



Figura 69. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit.

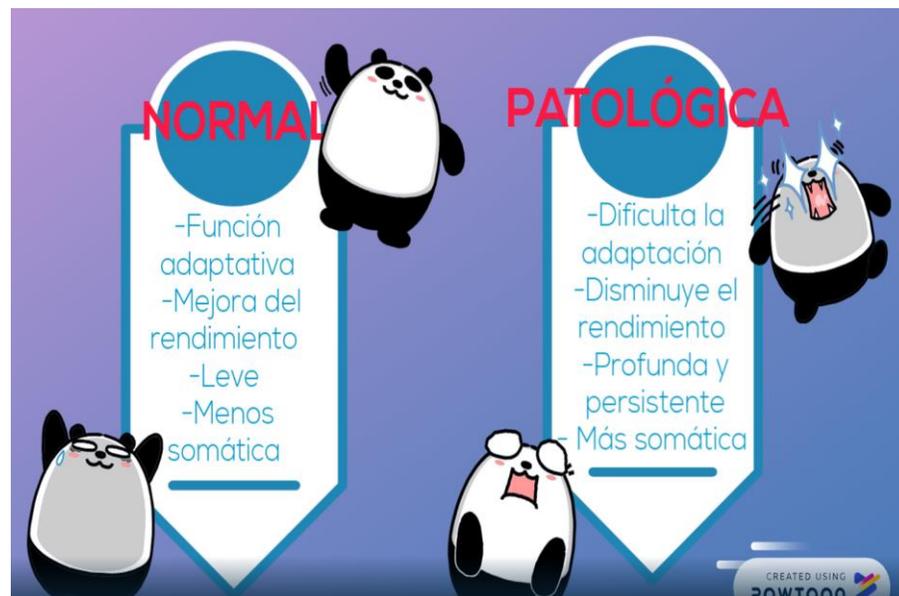


Figura 70. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit.



Figura 71. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit.



Figura 72. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit.

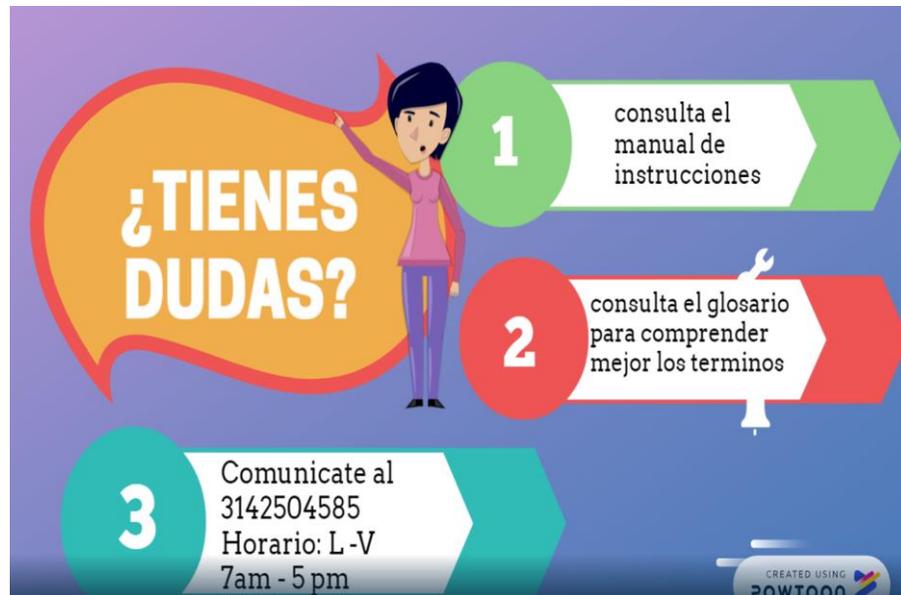


Figura 73. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit.



Figura 74. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit.



Figura 75. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit.



Figura 76. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit.



Figura 77. ¿Que es lo siento?. Presentación producto Anxiekit.



Figura 78. ¿Cuándo debo pedir ayuda?. Presentación producto Anxiekit.

TARJETAS

AnxieKIT

The image displays two AnxieKIT cards and an illustration of school supplies. The top card is red and features the AnxieKIT logo on the left, a circular logo with a cross in the center, and the text: "¿Exceso de energía, distracción, cambios de humor? Anxiekit es tu solución." Below this, it says "Adquisición del producto o resolver dudas" and "llamar al teléfono 3128754569". The bottom card is teal and features the same text and logos. To the right, there is a colorful illustration of school supplies including a yellow backpack, several notebooks in red, blue, and yellow, a green ruler, and a yellow calculator. A small circular logo with a cross is also visible at the bottom of the illustration.

¿Exceso de energía, distracción, cambios de humor? Anxiekit es tu solución.

Adquisición del producto o resolver dudas
llamar al teléfono 3128754569

¿Exceso de energía, distracción, cambios de humor? Anxiekit es tu solución.

Solicitar consulta Psicológica
llamar al número 310 7854987

Figura 79. ¿A quien llamo?. Presentación producto Anxiekit.

Conclusiones

A partir del desarrollo del presente producto se establecen como conclusiones los aspectos que se enunciarán a continuación:

La ansiedad es un fenómeno complejo que se manifiesta a través de los diferentes canales de respuesta: a) fisiológico por medio de sensaciones corporales, b) cognitivo, el cual se hace presente con pensamientos negativos de carácter anticipatorio y c) motor que hace referencia a las conductas de evitación o escape ante el estímulo que es percibido como amenazador por la persona que experimenta estos síntomas, y manifiesta que le generan un malestar que se transfiere a las diferentes áreas de ajuste.

En los niños, este fenómeno es aún más difícil de comprender debido a que existen diferentes aspectos los cuales el profesional en psicología debe explorar para finalmente determinar cuál es el origen de las dificultades que presenta el infante, algunos de estos aspectos están relacionados con dinámicas familiares inadecuadas, estilos de crianza en algunos casos negligentes o autoritarios, temores asociados a la etapa del desarrollo en la cual se encuentra el infante, dificultades de aprendizaje asociadas a un déficit cognitivo, entre otros, a partir de los cuales se pueden presentar respuestas de ansiedad que con un manejo adecuado de la emoción puedan disminuir sin mayor complicación.

A través de la revisión teórica realizada se identificó que la forma más adecuada de prevenir la aparición de trastornos de ansiedad en niños está vinculada al entrenamiento de habilidades sociales y regulación emocional en los infantes, debido a que el desarrollo de estos aspectos permite fortalecer las estrategias de afrontamiento del niño frente a situaciones potencialmente problemáticas.

El desarrollo de las habilidades sociales, así como la regulación emocional, se relaciona con las respuestas de ansiedad debido a que los pensamientos negativos de tipo anticipatorio se generan a partir de que el niño se considera inhábil, frente a determinada situación o problema, por lo cual se desencadenan respuestas que los padres en muchos casos desconocen porque incluso son

difíciles de reconocer en ellos mismos, la dificultad para diferenciar las sensaciones fisiológicas, emociones, pensamientos y conducta representan un factor que se evidencia en la mayoría de las problemáticas por las cuales niños y adultos acuden a consulta.

Para realizar el entrenamiento en estas habilidades se identificó a partir de lo revisado, que es de vital importancia el acompañamiento de los padres y la capacitación de los mismos frente a algunos elementos que se pasan por alto en la crianza de los infantes por algunas implicaciones de tipo contextual, en los que se normaliza la invalidación de emociones y se refuerza la presencia de conductas inadecuadas para la expresión emocional, teniendo en cuenta que en algunos casos los niños aprenden a que no solo con sus verbalizaciones los padres brindan una solución a determinada necesidad sino que además “deben” incluir un patrón conductual de predominancia impulsiva, agresiva o desproporcionada frente a las distintas situaciones.

En concordancia con lo anterior, se estableció que es importante que en el contexto familiar y escolar se haga uso de estrategias para vincular a los padres y docentes en el programa de prevención y a su vez conseguir que ellos se identifiquen como modelo para los niños, a partir de lo cual aprendan herramientas para desarrollar sus propias habilidades sociales, expresar sus emociones de forma adecuada y corregir conductas inadecuadas que pueden estar relacionadas con el mantenimiento de la problemática.

Sin embargo, el contexto familiar no es el único relacionado con los factores de predisposición y mantenimiento, puesto que el contexto escolar es un ámbito que puede generar estresores psicosociales que desencadenen respuestas de ansiedad, por lo cual la presencia de un docente u orientador de apoyo aporta de forma significativa al programa de prevención, de esta manera la problemática va a tener un abordaje más completo y hará que los resultados sean más satisfactorios.

Teniendo en cuenta lo mencionado, este producto ha sido diseñado a partir de un estudio de mercado que permitió la elaboración de un diagnóstico de necesidades de los clientes potenciales, una de las necesidades que se halló está

relacionada con el desconocimiento de la problemática, por lo cual “Anxiekit” se incursiona dentro de productos que pueden configurarse como estrategia para generación de nuevos conocimientos, debido a que contiene un glosario que permite que los padres e hijos puedan familiarizarse con la problemática y así mismo facilita que por medio de contenido incluido dentro del botiquín el padre pueda comprender que debe hacer para prevenir las respuestas des adaptativas de ansiedad.

Se identificó a través del estudio de mercado que la mayoría de productos han sido propuestos para esta problemática han apuntado únicamente al trabajo con los infantes y han delimitado el proceso con los padres y docentes, por lo cual la solución a la necesidad principal se queda corta frente a que los factores de mantenimiento y adquisición en su mayoría se encuentran vinculados al manejo que dan los adultos a las dificultades que presentan los infantes.

La segmentación que fue realizada a partir del estudio, permitió focalizar la presentación inicial del producto dirigida a Usaquén teniendo en cuenta que esta localidad fue seleccionada a partir de algunas características específicas, orientadas a que las mismas faciliten la adquisición del producto.

A partir del mismo, se estableció que la forma más adecuada para expandir el producto por la localidad de Usaquén y posteriormente a otras localidades es a través de la vinculación con colegios, bibliotecas e instituciones de servicios psicológicos puesto que es posible abordar de forma más sencilla el mercado meta al cual va dirigido el producto, teniendo en cuenta que a los padres de familia estos lugares les proporcionan más confiabilidad con respecto a la adquisición de un producto psicológico, además porque se pueden incluir estrategias como conferencias de presentación del producto en los colegios para impulsar el producto con respaldo de una entidad que lo recomiende.

Adicionalmente se logró identificar que por medio de la implementación de estrategias creativas se puede captar más fácil la atención de los infantes, por lo cual el producto “Anxiekit” viene en presentación de botiquín e incluye elementos como: un cuento, rompecabezas, video, álbum de calcomanías, curas, adhesivos entre otros, que facilita no solo que los niños se adhieran al proceso sino que

además fortalezcan la relación padre e hijo debido a que las actividades se pueden incluir dentro de la dinámica familiar y así mismo se van adquiriendo nuevos hábitos.

Teniendo en cuenta lo anterior, se reconoce que para que estos aspectos puedan implementarse correctamente dentro de la dinámica familiar es necesario que los padres puedan tener un acercamiento inicial con la problemática adicional a lo que contiene el producto, por lo cual el producto “Anxiekit” incluye servicios adicionales de capacitaciones y conferencias para facilitar la comprensión de conceptos y temáticas referentes a la problemática (definición, factores de vulnerabilidad, mantenimiento, síntomas de la ansiedad, entre otros)

Se determinó que es necesario que el producto pueda actualizarse debido a que con el paso del tiempo aparecen nuevos aspectos que se deben tener en cuenta porque pueden convertirse en factores de mantenimiento o que incluso pueden ser potenciales factores de riesgo para la problemática, de igual manera es importante que se incluya un seguimiento al proceso que se ha llevado a cabo con el producto puesto que permite verificar que los docentes y padres realicen las actividades de manera correcta, esto con el fin de que las soluciones que brinda el programa de prevención sean eficaces, pertinentes y que sus efectos sean permanentes en el tiempo.

Como recomendaciones para realizar un programa de prevención con base al trabajo realizado en este diseño, es importante que se puedan incluir temáticas como solución de problemas y abarcar un rango de edad mucho mayor debido a que las necesidades no están incluidas únicamente en la muestra poblacional a la que va dirigido inicialmente el producto.

Otro aspecto que podría sumarse es que la versión del producto pueda adaptarse de acuerdo a la etapa del ciclo vital en la que se encuentre el individuo, en donde las actividades, estrategias, el lenguaje y temáticas sean acordes a la misma. De igual manera se determina que podría adaptarse un botiquín para adultos, incluyendo aspectos referentes a los ataques de pánico y algunas actividades orientadas a técnicas como mindfulness y terapia de aceptación y compromiso.

Se propone además generar otras presentaciones de botiquín donde pueda ir cada uno orientado al nivel de prevención, es decir primaria, secundaria o terciaria para que abarque todos los niveles y se pueda dar atención oportuna a cada una de ellas, teniendo en cuenta las características de la problemática del individuo.

Esto se podría implementar teniendo en cuenta que además los vínculos ya no se generarían con colegios sino potencialmente con instituciones de atención psicológica, librerías o lugares que permitan el acceso más fácil al mercado meta.

El uso del producto Anxiekit mejora la calidad de vida de los infantes, teniendo en cuenta que se proporciona a los padres y docentes herramientas que les ayudan no solo a que puedan detectar oportunamente síntomas de ansiedad y prevenir la configuración de un trastorno, sino que además permite el fortalecimiento de vínculos en relaciones interpersonales del niño y lo hace más hábil frente a situaciones problemáticas, teniendo conductas más adaptativas.

Adicionalmente el producto brinda un vínculo directo con atención profesional en caso de que se requiera por las características del niño y de la problemática, principalmente en búsqueda del bienestar del infante, teniendo en cuenta que es el objetivo del programa de prevención y por las características del mismo, no se puede reducir a la venta únicamente de un producto.

Referencias

- Andrés, M., Juric, L., Castañeiras, C & Richaud de Minzi M. (2016) Relações da regulação emocional e a personalidade com a ansiedade e depressão em crianças
- Amaya, A. & Campbell, M. (2010) Una comparación transcultural de síntomas de la ansiedad entre niños colombianos y australianos. School of Learning and Professional Studies, Queensland University of Technology, Brisbane.
- Américo, J. (2010) Trastornos De Ansiedad Guía Práctica Para Diagnostico Y Tratamiento.
- Asociación Elizabeth D'Ormano para el trastorno de déficit de atención con hiperactividad (2011), Glosario de términos. Tomado de <http://elisabethornano-tdah.org/es/tdah/glosario/>
- Barlow, D. H. (Ed) (2002) Anxiety and its disorders: The nature and treatment of anxiety panic (2da edición) Nueva York: Guilford Press.
- Baeza, J, Balaguer, G, Belchi, I, Coronas, M & Guillamon, N, (2009). Hygiene y prevencion de la ansiedad.
- Begoña, G, 2009. Investigaciones y experiencias. La enseñanza de estrategias de resolución de problemas mal estructurados.
- Bell M & Wolfe C. (2013). Emotion and cognition: an intricately bound developmental process. Child Dev.
- Belloch A. & Sandín B 2009. Sandin B. Manual de Psicopatología II Volumen II, Capítulo 4. Teorías sobre los trastornos de la Ansiedad.
- Betinia, A & González, N. (2011). Las habilidades sociales en niños y adolescentes. Su importancia en la prevención de trastornos psicopatológicos. Fundamentos en Humanidades Universidad Nacional de San Luis, Argentina.
- Buckley, M., Storino, M. & Saarni, C. (2003). Promoting emotional competence in children and adolescents: Implications for school psychologists. School Psychology Quarterly.

- Caballo, V. 2007. Manual de tratamiento cognitivo-conductual de los trastornos psicológicos. Vol.1. Trastornos por ansiedad, sexuales, afectivos y psicológicos.
- Caballo, V. Calderero, M. Carrillo, G. Salazar, I. & Urrutia, M. (2011) Acoso Escolar Y Ansiedad Social En Niños (Ii): Una Propuesta De Intervención En Formato Lúdico. Behavioral Psychology / Psicología Conductual, Vol. 19, Nº 3, 2011, pp. 611-626
- Caballo, V. (2013). Manual de Evaluación y entrenamiento de las habilidades sociales. (6° Edición). Madrid: Siglo XXI. <http://www.redalyc.org/html/184/18424417009/>
- Carrillo, G, (2015). Validación de un programa lúdico para la mejora de las habilidades sociales en niños de 9 a 12 años. Universidad de Granada. Facultad de Psicología.
- Cuba et al., (2010) Afronete terapéutico para niños y adolescentes con trastornos de ansiedad. Instituto Nacional de Salud Mental Honorio Delgado – Hideyo Noguchi.
- Consejería de Salud y Bienestar social (2013) Guia de autoayuda para la depresión Servicio Andaluz de salud. Consejería de la salud Servicio Andaluz de Salud.
- Datos abiertos Gobierno Digital Colombia (2018). Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. <https://www.datos.gov.co/Educacion/LISTADO-COLEGIOS-BOGOTA/qijw-htwa/data>.
- Delgado, L & Gómez, M. (2015). Prácticas de crianza y su relación con la ansiedad Infantil. Pontificia Universidad de Cali. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.
- Dongil, E & Cano, A, (2014). Habilidades sociales. Sociedad Española para el estudio de la Ansiedad y el Estrés (SEAS).
- Esparza, N. & Rodriguez M. (2009) Factores contextuales del desarrollo infantil y su relación con los estados de ansiedad y depresión. Diversitas vol.5 no.1
- Fernández, P & Extremera, N. (2014). La Inteligencia emocional como una habilidad esencial en la escuela. Universidad de Málaga, España.
- Figuroa, D. (2010). Regulación Emocional en niños y adolescentes. Neurobiología del desarrollo development neurobiology.

- González, C, (2014). Las habilidades sociales y emocionales en la infancia. Grado de Educación Primaria Facultad de Ciencias de la Educación Universidad de Cádiz.
- Gross, J.J. & Thompson, R.A. (2009). Emotion regulation: Conceptual foundations. In J. J. Gross (Ed.), Handbook of emotion regulation. New York: Guilford Press.
- Jiménez, G., Pineda, W., Pimienta, D., Acosta, J., Cervantes, M., Núñez, M. & Sánchez, M, (2014). Déficit en Habilidades Sociales en Niños con Trastorno por Déficit de Atención Hiperactividad, Evaluados con la Escala basc. Universidad Simón Bolívar y Universidad del Atlántico, Barranquilla, Colombia.
- Lasa A. (2014) Diferencias de género en estrategias de regulación emocional, Facultad de Psicología, UNED recuperado de http://jornadasaludemociongenero.uji.es/wp-content/uploads/2014/11/Ponencia_AmaiaLasa.pdf
- Lacunza, A. & Gonzalez, N. (2011) Las habilidades sociales en niños y adolescentes. Su importancia en la prevención de trastornos psicopatológicos Fundamentos en Humanidades, Universidad Nacional de San Luis – Argentina, Año XII – Número I (23/2011) 159/182 pp.
- Londoño, S. (2014). Reflexiones para adultos en problemáticas del cuento. Ansiedad de separación, Inseguridad, tomado de <http://cuentosninossabios.blogspot.com.co/2014/06/de-como-liz-la-marmota-ya-no-tuvo-miedo.html>
- McDowell, D., O’Neil, R. & Parke, R (2000). Displayrule application in a disappointing situationand children’s emotional reactivity: Relationswith social competence. Merrill-PalmerQuarterly.
- Morales, C., García, M., Álvarez, C., Gervás, M., Pardo, R., Cebrián, O., Pérez, C., Cabrero., Torre, M y Santacreu, M, (2015). Guía de intervención clínica infantil. Centro de Psicología Aplicada.
- Moreno, P & Gutiérrez, A. 2011. Guía de la ansiedad. Clínica moreno Psicólogos, Psicólogos Clínicos.
- Montealegre, R, (2009). Papel del lenguaje en la solución de tareas espaciales por niños de edad preescolar. Revista Latinoamericana de Psicología.

- Lope et. al. (2015) Ansiedad y autoestima en escolares de educación primaria de Mérida, Yucatán.
Enseñanza e investigación en psicología. Vol. 20 N° 3: 302-308
- Ochando, G. & Peris S. (2017) Actualización de la ansiedad en la edad pediátrica. *Pediatría. Hospital Universitario y Politécnico La Fe. Valencia.*
- Orgiles, M., Méndez, X., Rosa, I & Candido, J, (2009). La terapia cognitivo-conductual en problemas de ansiedad generalizada y ansiedad por separación: Un análisis de su eficacia. Universidad de Murcia (España).
- Papalia, D. (2004). *Psicología del desarrollo.* México, D.F.: Mc Graw Hill
- Penagos, G.; Reyes, Y.; Rodríguez, M.; Gantiva, C. (2013) Ansiedad, Depresión y Estrategias de Afrontamiento en adolescentes víctimas de explotación sexual.
- Perfil Económico y Empresarial, Cámara de Comercio de Bogotá, 2017
- Pérez Arenas, (2009). Habilidades sociales en adolescentes institucionalizadas para el afrontamiento a su entorno inmediato. Tesis Doctoral. Universidad de Granada.
- Porro M. & Andrés M. (2011) Tipo de expresividad emocional y tendencia a la supresión de la expresión emocional en pacientes diagnosticados con cáncer, *Revista latinoamericana de ciencia psicológica* recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/3331/333127087002.pdf>
- Rasing, S., Creemers, D. Janssens, J. Scholte,R. (2013). Effectiveness of depression and anxiety prevention in adolescents with high familial risk: study protocol for a randomized controlled trial. *BMC Psychiatry*, Vol. 13.
- Reyes, J. 2011. *Trastornos de Ansiedad Guía Práctica para diagnóstico y Tratamiento.* Universidad complutense. Federación Mundial de Sociedades de Psiquiatría Biológica.
- Rodríguez, J. (2010). *La Ansiedad en la Infancia. La experiencia de la angustia en los niños.*
- Ruiz, A & Lago, B. (2011). *Trastornos de ansiedad en la infancia y la adolescencia.* Psiquiatra, Unidad de Adolescentes, Departamento de Psiquiatría. Hospital General Universitario Gregorio Marañón, Madrid.

- Schore, A. (2012). The effects of early relational trauma on right brain development, affect regulation, and infant mental health. *Infant Mental Health Journal*.
- Secretaria de Salud de México (2010) Diagnóstico y tratamiento de los trastornos de ansiedad en el adulto.
- Fuente: Secretaria Distrital de Planeación, 2018
- Starrenburg, M., Kuijpers, R., Kleinjan, M., Hutschemaekers, G., Engels, R. (2017). Effectiveness of a Cognitive Behavioral Therapy-Based Indicated Prevention Program for Children with Elevated Anxiety Levels: a Randomized Controlled Trial. *Prevention Science* Vol. 18.
- Tayeh, P., Agámez. M., & Chaskel R (2016) Trastornos de ansiedad en la infancia y la adolescencia.
- Torres, M, 2014. Habilidades sociales en la enseñanza obligatoria. Aprendizaje y desarrollo en la adolescencia. Universitas Miguel Hernández.
- Unicef. (2012). Desarrollo Emocional. Clave para la primera infancia. Kaleidos.
- Vygotski, L, (1989). El desarrollo de los procesos psicológicos superiores. Barcelona: Crítica-Grijalbo.
- Vygotski, L, (1934). Pensamiento y Lenguaje, En L.S. Vygotski, Obras Escogidas, II. Madrid: Aprendizaje Visor.
- Fox, J., Warner, C., Lerner, A., Ludwing, K., Ryan, J., Colognori, D., Lucas, C. & Brotman, L. (2012). Preventive Intervention for Anxious Preschoolers and Their Parents: Strengthening Early Emotional Development. *Child Psychiatry and Human Development* Vol. 43.
- Zilber, I. (2009) The role of neuroticism in depressive and anxious symptoms among adolescents from urban and rural china. Rutgers, The State University of New Jersey.

Apéndices

Apéndice A. Encuesta de Mercadeo.

La información que dará a continuación será usada para fines académicos, cuidando de su integridad e identidad.

Edad: _____

Estrato _____

Nivel educativo _____

Trabaja actualmente

SI

NO

Yo _____ identificado con cedula de C.C _____ de _____ confirmo que se me ha dado información oral y escrita con respecto a esta actividad académica.

He tenido tiempo para considerar mi participación en el siguiente ejercicio. A continuación, se le realizará una serie de preguntas con respecto a la ansiedad en niños, este ejercicio es netamente académico, el cual está dirigido por la profesora Connie Camelo, docente de Psicología en la Universidad Católica de Colombia.

Marque con una **X** el rol que cumpla en su familia:

Padre

Madre

Cumple alguno de estos roles

A continuación, encontrará una encuesta sobre: *Prevención de la Ansiedad en Niños*, en la cual se tiene en cuenta aspectos como valor, estrategias didácticas, temáticas, etc. Cuyo fin es adquirir información para el diseño de un programa de prevención de ansiedad en niños de 8 a 12 años, el cual está orientado a guiar a los padres de familia o quien cumpla este rol, frente a los aspectos que pueden generar vulnerabilidad para el desarrollo de un trastorno. Para lo cual se espera que sus respuestas sean sinceras, claras y legibles.

A continuación, lea con atención y marque con una X su respuesta.

1. ¿Ha adquirido, comprado o tiene conocimiento sobre algún producto con respecto al manejo de la ansiedad en niños?

SI N

¿Cual?

2. ¿Qué le gusto del producto adquirido?

Fácil manejo	<input type="checkbox"/>	Fácil de recordar la marca	<input type="checkbox"/>
Diseño agradable	<input type="checkbox"/>	Información clara	<input type="checkbox"/>
Resistente	<input type="checkbox"/>	Buena calidad	<input type="checkbox"/>
Tiene garantía	<input type="checkbox"/>	Disfrute del producto	<input type="checkbox"/>

3. ¿Qué no le gusto de producto que adquirió?

Muy costoso	<input type="checkbox"/>	No percibió lo que prometieron	<input type="checkbox"/>
Retraso en la entrega	<input type="checkbox"/>	No ofrecía nada adicional	<input type="checkbox"/>
No recibió capacitación	<input type="checkbox"/>	Tecnología Obsoleta	<input type="checkbox"/>
Indicaciones complicadas	<input type="checkbox"/>	Producto poco legible	<input type="checkbox"/>

4. Si tuviera la oportunidad de adquirir un producto sobre Prevención de la Ansiedad en Niños, en donde adquiere conocimiento pleno sobre la temática, capacitaciones continuas y charlas sobre el tema. ¿Qué valor le daría a este producto?

\$ 1.000.000=

\$ 500.000=

\$ 1.500.000=

\$ 2.000.000=

5. Al momento de adquirir un producto sobre manejo de ansiedad en niños de 8 a 12 años ¿Estaría dispuesto a pagar una suma de más por actualizaciones, capacitaciones?

SI

NO

¿Por qué?

6. ¿En qué lugar le gustaría poder adquirir un producto sobre ansiedad en niños?

Centro Comercial

Tienda Online

Colegios

Referido por alguien conocido

7. Cree que, al momento de adquirir un producto sobre ansiedad en niños, es solo el niño, quien debe hacer uso de este producto o también debe estar involucrado usted como padre de familia, acudiente o quien cumpla este rol.

SI NO

¿Por qué?

8. Cuando adquiere un producto con respecto a ansiedad en niños de 8 a 12 años, que opciones le gustaría más para la actualización con respecto al tema.

- Videos
 Apoyo en Pagina Web
 Visita al Hogar Instituto
 Reunión en una Sede o

9. Qué parámetros de conformidad son adecuados para usted, al momento de realizar la entrega de un producto sobre ansiedad en niños

Entrega certificada Fácil almacenamiento
 Se entrega en su domicilio Se entrega en el colegio de sus hijos

10. ¿De qué manera le gustaría recibir información acerca de un producto sobre ansiedad en niños?

- | | | | |
|-------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|
| Voz a voz | <input type="checkbox"/> | Conocido | <input type="checkbox"/> |
| Familiar | <input type="checkbox"/> | Redes Sociales | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad en periódico | <input type="checkbox"/> | Colegio de su hijo | <input type="checkbox"/> |

¿Cuál?

11. Teniendo en cuenta que el producto que se le está ofreciendo sobre ansiedad en niños ¿Qué servicios le gustaría recibir por parte del cuerpo terapéutico?

- | | | | |
|-----------------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|
| Inducción sobre el producto | <input type="checkbox"/> | Seguimiento anual | <input type="checkbox"/> |
| Charlas mensuales | <input type="checkbox"/> | Actualizaciones | <input type="checkbox"/> |
| Descuentos familiares | <input type="checkbox"/> | Asistencia en casa | <input type="checkbox"/> |
| Talleres familiares | <input type="checkbox"/> | Talleres personales | <input type="checkbox"/> |
| CD de regalo sobre el tema | <input type="checkbox"/> | Invitación | <input type="checkbox"/> |

12. Cuanto tiempo, sesiones invertiría usted y su familia en un producto que le brinde inducción, guía, actualización, capacitación en cuanto a la ansiedad en niños. Sesiones de:

- | | | | |
|-------------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| 2 Horas a diario | <input type="checkbox"/> | 10 Horas a la semana | <input type="checkbox"/> |
| 4 Horas Fines de Semana | <input type="checkbox"/> | 5 Horas entre semana | <input type="checkbox"/> |
| Otras | | | |
-

13. Que aspectos tiene en cuentas usted al momento de recomendar un producto

Beneficios	<input type="checkbox"/>	Confiabilidad	<input type="checkbox"/>
Diseño claro	<input type="checkbox"/>	Duración del producto	<input type="checkbox"/>
Quien lo diseño	<input type="checkbox"/>	Satisfacción de necesidades	<input type="checkbox"/>
Facilidad de pago	<input type="checkbox"/>	Fácil adquisición	<input type="checkbox"/>

14. ¿Qué temáticas debe tener un producto sobre ansiedad en niños para que lo recomiende?

Definición de ansiedad	<input type="checkbox"/>	Proceso de seguimiento	<input type="checkbox"/>
Tips	<input type="checkbox"/>	Claridad en Información	<input type="checkbox"/>
Manejo de ansiedad en casa	<input type="checkbox"/>	Claridad en el tema	<input type="checkbox"/>
Por qué se presenta	<input type="checkbox"/>	Rol de la familia	<input type="checkbox"/>

15. A parte del producto ¿Qué otros factores influyen en la decisión de compra?

- Experiencia de otros clientes
- El personal
- Publicidad
- Garantía
- Tendencias
- Otro, descríbalo

16. Qué valor estaría dispuesto a invertir por capacitaciones, actualizaciones

- \$ 500.000= semestral \$ 400.000= semestral
 \$ 800.000= anual \$ 700.000= anual

17. Que le parecería asertivo que identificara o caracterizara un producto cuya temática sea Prevención en la Ansiedad en niños

- | | | | |
|------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| Gama de colores claros | <input type="checkbox"/> | Dibujos de súper héroes | <input type="checkbox"/> |
| Colores pasteles | <input type="checkbox"/> | Dibujos de niños enseñando | <input type="checkbox"/> |
| Tamaño grande | <input type="checkbox"/> | Tamaño pequeño | <input type="checkbox"/> |

18. Cuáles de las siguientes características cree usted que debe tener un producto cuya temática es la Prevención en la Ansiedad de niño.

- | | | | |
|------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| Producto biodegradable | <input type="checkbox"/> | Rendimiento adecuado | <input type="checkbox"/> |
| Producto practico | <input type="checkbox"/> | Producto multifuncional | <input type="checkbox"/> |

19. Al momento de adquirir un producto sobre Ansiedad en niños que características debe poseer el mismo, para su compra.

- | | | | |
|------------------|--------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| Empaque duradero | <input type="checkbox"/> | Biodegradable | <input type="checkbox"/> |
| Facilidad de uso | <input type="checkbox"/> | Previamente tenga una demostración | <input type="checkbox"/> |

20. Cuáles de las siguientes características cree usted que debe tener un producto sobre Ansiedad en niños en cuanto a su contenido.

- | | | | |
|---------------------------------|--------------------------|------------------------------------|--------------------------|
| Definición de Ansiedad | <input type="checkbox"/> | Miedos normales | <input type="checkbox"/> |
| Estrategias, manejo de Ansiedad | <input type="checkbox"/> | Dificultad para conciliar el sueño | <input type="checkbox"/> |
| Como manejar la Ansiedad | <input type="checkbox"/> | Características de Ansiedad | <input type="checkbox"/> |

21. Que características debe tener un producto para niños, cuyo contenido esté relacionado con Ansiedad en niños.

Interactivo	<input type="checkbox"/>	Videos	<input type="checkbox"/>
Juegos	<input type="checkbox"/>	Canciones	<input type="checkbox"/>
Sopas de letras	<input type="checkbox"/>	Actividades con la familia	<input type="checkbox"/>

22. Características que debería tener un producto sobre Ansiedad en niños

Colores llamativos	<input type="checkbox"/>	Mensajes claros	<input type="checkbox"/>
Letra grande	<input type="checkbox"/>	Letra legible	<input type="checkbox"/>
Muchos dibujos	<input type="checkbox"/>	Fácil de Manipular	<input type="checkbox"/>