ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
“ TOULOUSE LAUTREC”

PLATAFORMA VIRTUAL PARA LA VISIBILIZACIÓN Y GEOLOCALIZACION DE GUARDERÍAS PARA MADRES TRABAJADORAS DE LIMA METROPOLITANA EN EL AÑO 2023.

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de Interiores

AUTORES:

SHIEMI TATIANA SALDAÑA HUAYTA
(https://orcid.org/0009-0002-2345-776X)

MARIA DEL ROSARIO HILDRED VASQUEZ VARGAS
(https://orcid.org/0009-0000-2904-702X)

Asesor
JONATHAN FREDDY SAYAN CHUMBIRIZO
(https://orcid.org/0000-0002-3436-5249)

Lima - Perú
2023

REV. INV. SALDANA HUAYTA_VASQUEZ VARGAS_LCH.pdf

Reporte 2

Reporte 2

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::11391:464135114

Fecha de entrega

2 jun 2025, 2:43 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

2 jun 2025, 3:03 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

REV. INV. SALDANA HUAYTA_VASQUEZ VARGAS_LCH.pdf

Tamaño de archivo

3.0 MB

41 Páginas

8219 Palabras

45.804 Caracteres

20% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

18% Internet sources
6% Publications
13% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Resumen del Trabajo de Investigación

La información investigada tiene como objetivo principal implementar una plataforma virtual para visibilizar la información y oferta de guarderías existentes para que se adapten a las necesidades de madres trabajadoras. La metodología empleada fue Toulouse Thinking que permite proponer soluciones sumando los factores de viabilidad e innovación en combinación de lienzos desarrollados de la mano de los asesores como: Mapa de actores, donde se enfocan a los involucrados centrales del tema-problemática; Plan de investigación, donde se plantearon objetivos, métodos y características de las muestras; Mapa Mental, donde se establecieron vínculos de los datos recolectados; Lienzo Tema, Problema, Reto, donde fue estructurada la relación entre la ODS y contenido-problemática; y Lienzo Modelo de Negocio MVP/MSV, donde fue planificado el servicio y propuesta de valor. Son beneficiarias las madres trabajadoras de 25 a 35 años con hijos pequeños entre 0 a 5 años de Lima Metropolitana para quienes buscan el servicio de guardería. La solución permitirá que ellas visualicen la información necesaria y ubiquen las guarderías que podrían ayudarlas con el cuidado del menor mientras ellas trabajan. Al culminar el proyecto, se logró cumplir de manera exitosa con el reto de innovación, la propuesta fue validada mediante una encuesta cualificada con comentarios en la misma página donde se desarrolló el prototipo del aplicativo, recibiendo así retroalimentación de las beneficiarias. "Mamá Guía, Tu apoyo Diario" es aceptada debido a la escucha activa de las necesidades de las madres, los aspectos importantes al conocer una guardería, los puntos elementales para generar confianza y los pesares que surgen al ser madres primerizas.

Palabras clave: *madres, guarderías, publicidad, página web, aplicativo web.*

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del proyecto de innovación…….6

1. Contextualización del problema…….10

2. Justificación……....11

2.1. Justificación Social.……....11

2.2. Justificación Práctica.…….....12

2.3. Justificación Metodológica.……..…….....13

3. Reto de Innovación……...…14

3.1. Pregunta General.…….…….....14

3.1.1. Preguntas Específicas……..…….…….....14

3.2. Objetivo General……...…….....14

3.2.1. Objetivos Específicos……...15

4. Sustento teórico……...…….....15

4.1. Estudios previos…….…….…….....15

4.2. Marco teórico…….…….…….....19

4.2.1. Creación de la plataforma virtual “Mamá Guía” para la visibilización y geolocalización de guarderías …….……....19

4.2.2. Características de la plataforma virtual “Mamá Guía”….....,.20

4.2.3. Funcionamiento de la plataforma virtual “Mamá Guía”….....20

4.2.4. Apartados de la plataforma virtual “Mamá Guía”…….....21

4.2.5. Recolección de información de guarderías…….....21

4.2.6. Foro de madres…….....22

4.2.7. Publicidad de Marcas infantiles…….....23

4.2.8. Marketplace artículos infantiles……...23

4.2.9. Medios publicitarios…….....24

4.2.10. Publicidad física…….…….....24

4.2.11. Publicidad virtual……..…….…….....25

4.2.12. Importancia de crear un sistema virtual para localización y visibilización de guarderías…….…….....26

5. Beneficiarios……...26

6. Propuesta de valor……...28

6.1 Propuesta de valor……..28

6.2 Segmento de clientes……..28

6.3 Canales…….…...28

6.4 Relación con los clientes…….29

6.5 Actividades clave…….29

6.6 Recursos clave…….29

6.7 Aliados clave……30

6.8 Fuentes de ingreso……30

6.9 Presupuesto…….…….31

7. Resultados…….….31

8. Conclusiones…….….34

9. Bibliografía…….……...36

10. Anexos……...38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. *Presupuesto inicial para desarrollar la plataforma virtual "Mamá Guía"*……..…….. 31

Tabla 2. *Presupuesto mensual para sostener la plataforma virtual "Mamá Guía"*……..…….. 32

1. Contextualización del Problema

Las guarderías han servido y sirven hasta el día de hoy como apoyo a madres, padres y familias, donde el tiempo destinado al cuidado del menor se ve confrontado al trabajo diario de los tutores. Por ello, estos centros permiten ayudar a los padres con la crianza de sus hijos, brindando un ambiente seguro similar al del hogar, además de brindar enseñanzas y espacio de socialización para los menores, como lo indica la Directora Ejecutiva de UNICEF (2021).

Este tipo de servicios de cuidado posibilitan a los padres, que no cuentan con más familiares o personas de confianza, que puedan atender a sus hijos en casa, salir a trabajar con tranquilidad y mantener el empleo con el que sustentan a su familia.

En el Perú el 80% de las guarderías de Cuna Más, programa de guarderías del estado peruano, se encuentran con labores suspendidas. En el año 2022 en un recorrido de investigación de diversas regiones del país, se comprobó la dificultad que ha tenido el programa Cuna Más para reactivarse luego de las restricciones ocasionadas por el Covid 19, al igual que muchos otros negocios de este rubro del territorio como manifiesta Mitma, D. (2022).

En la mayoría de los casos, las madres dejan a los niños con familiares, en guarderías o renuncian; y muchas de las que sólo son amas de casa, lo son porque no tienen con quien dejar a sus hijos mientras están ejerciendo labores.

En la capital, Lima, la necesidad de este servicio de cuidado va en aumento con los años debido a que aquí es donde se ve concentrada la generación de empleos formales en un 95.8% respecto a todo el departamento como indica ComexPerú (2022). De esta cifra, las madres se ven comprometidas a aportar en el hogar, para mejorar su calidad de vida o por obligación de ser jefa de hogar buscan un empleo extra al que ya mantienen. En respuesta a esta demanda, dentro de

Lima y Callao se reconocen en existencia 624 guarderías autorizadas dirigidas a diversos sectores económicos, como indica en reportaje de RPP (2019).

De las madres entrevistadas, se evidenció que la mayor parte de ellas desconoce de los servicios que pueden ofrecer las guarderías y las actividades beneficiosas que se realizan en pro del menor increpando en ignorar la cercanía de estas a su domicilio o centro de trabajo. Algunas de ellas manifestaron que renunciaron a sus trabajos anteriores por falta de tiempo para el cuidado del menor y sus actuales empleos son de menor paga, pero con mayor flexibilidad de horarios, otra alternativa por la que optaron es laborar de manera independiente desde casa, pero con dificultades para compatibilizar la crianza del hijo con la carga laboral y tareas domésticas.

2. Justificación

Este proyecto pretende solucionar la problemática que impacta en las madres trabajadoras que es el poco conocimiento sobre los servicios que ofrecen las guarderías. En consecuencia, se busca proponer una plataforma virtual de visibilización y geolocalización de guarderías que permita tener toda la información de manera ordenada y uniforme.

2.1. Justificación Social

Las familias al tener la necesidad de buscar un servicio de cuidado para el menor se enfrentan a una decisión complicada, sin embargo, son muchos los beneficios que puede obtener el niño al acceder a este tipo de cuidado, según señala la Organización Healthy Children (2018), llevar a los pequeños hijos a estos centros en donde interaccionan con un número no muy grande de niños permite una socialización sana además de un correcto control por parte de los cuidadores, a propósito de ello, resaltan la importancia de se establezcan relaciones estables y

seguras con estos nuevos cuidadores, en las guarderías por lo general se mantienen en un nivel de rotación bajo permitiendo fortalecer estos lazos y sumar al desarrollo tanto cognitivo como físico del infante.

Se determinó con suma relevancia encauzar este estudio las trabajadoras de Lima Metropolitana, puesto que, MTPE (2020) indica que en la capital del país las mujeres conformaron participación el mercado laboral de ese año fueron cerca de 2.4 millones. Esta información respaldada por la INEI (2021) donde evidencia que 78.7% trabajan en MYPES y el 48.4% son trabajadoras independientes.

El grupo de madres beneficiarias podrá optimizar sus procesos de búsqueda al presentar la información de modo práctico, claro y seguro, por medio de un servicio virtual multiplataforma que brinda la visibilización y geolocalización de las guarderías existentes.

2.2. Justificación Práctica

Se busca facilitar información disponible a las madres de Lima Metropolitana con las referencias necesarias de cada guardería cercana a ellas para una elección consciente y segura del servicio de cuidado de menores, ya que, ellas al realizar diversas actividades a lo largo del día, el tiempo con el que cuentan para realizar una indagación profunda se ve reducido recayendo en la poca información recaudada.

De este modo, la solución planteada permitirá a la madre encontrar múltiples opciones seguras y verificadas donde encontrará la ayuda que necesita, ahorrando tiempo y dinero al encontrar algo más accesible y cercano que se adapte a sus necesidades. En adición a lo mencionado, favorecer al crecimiento laboral debido que contarán con más tiempo para optar por un mejor empleo, asimismo se beneficiarán a los menores, ya que, podrán contar con personal

recomendado que les brindaran ayuda en poder realizar y desarrollar sus destrezas, podrán acceder al apoyo de una comunidad de madres compartiendo experiencias y recomendaciones; así también podrán emplear la sección de tienda en donde se les permitirá poner en venta artículos de sus pequeños, que ya no utilicen y hacer la compra de estos.

2.3. Justificación Metodológica

La metodología TLS THINKING permite proponer una solución que sume los factores de viabilidad e innovación gracias a las herramientas identificadas en las etapas de investigación, ideación, desarrollo y transferencia, en combinación de lienzos desarrollados en las clases de proyecto de la mano de los asesores. Fue de suma importancia durante este procedimiento el poder iterar y regresar a cada etapa previa para retomar los datos recaudados y poder seguir conectando las ideas, algunos de estos lienzos que permitieron la gestión de los resultados de las herramientas de investigación como el Mapa de actores donde enfocamos a los involucrados centrales del tema y problemática y a raíz de ello se decidió el Plan de investigación donde se plantearon objetivos, métodos y características de las muestras. Fruto de ello, se analizaron los datos recolectados para establecer vínculos y entender la relación entre cada acción y/o decisión de los actores principales en el Mapa Mental.

A fin de estructurar la relación y coherencia entre la ODS elegida y contenido-problemática en la etapa media de la presente investigación, se empleó el Lienzo Tema, Problema, Reto en el cual se combinan datos estadísticos fusionados con insights de las personas o arquetipos desarrollados. En la etapa final del programa Innovation Challenge, es importante resaltar la herramienta que permitió planificar de manera precisa la conformación de cada factor para el servicio creado que es el Lienzo Modelo de Negocio MVP/MSV a propósito

de clarificar los aliados y recursos integrando la propuesta de valor que será la característica clave que diferenciará nuestro servicio.

3. Reto de innovación

Elaboración de la plataforma virtual “Mamá Guía” para visibilización y geolocalización de guarderías para madres trabajadoras de Lima Metropolitana en el año 2023.

3.1. Pregunta General

¿Cómo podríamos visibilizar la información y oferta de guarderías existentes para que se adapten a las necesidades de madres trabajadoras?

3.1.1. Preguntas Específicas

P1: ¿Cuáles son las necesidades para la elaboración de la plataforma virtual “Mamá Guía”?

P2: ¿Qué medios y recursos se emplearán para el desarrollo de la plataforma virtual “Mamá Guía”?

P3: ¿De qué manera genera impacto la plataforma virtual “Mamá Guía”?

3.2. Objetivo General

Implementar una plataforma virtual para visibilizar la información y oferta de guarderías existentes para que se adapten a las necesidades de madres trabajadoras.

3.2.1. Objetivos Específicos

O1: Identificar las necesidades para la elaboración de la plataforma virtual “Mamá Guía”.

O2: Determinar los medios y recursos necesarios para el desarrollo de la plataforma virtual “Mamá Guía”.

O3: Validar el impacto generado por la plataforma virtual “Mamá Guía”.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

Iniesta, P. (2021). *Diseño e implementación de una web app para la guardería "El segon cau"*. Para optar por el Grado en Ingeniería Informática Especialidad en Ingeniería del Software. Universidad Politécnica de Cataluña. España. El objetivo consiste en desarrollar una aplicación web accesible y de manera gratuita destinada a todo el público interesado en la guardería, indiferentemente de su localización, fecha u hora en la que quieran visitar la página. Los resultados de la investigación concluyen que la sencillez de página permite a los usuarios realizar las tareas diarias de manera eficiente además de contar con un acorde aspecto estético que responde a la imagen de la marca. Las conclusiones de este proyecto son que, al tratarse de un aplicativo para empresa, se debe garantizar la mejor solución al problema identificado ya que la reputación puede verse afectada; además la comunicación con el equipo de la guardería fue crucial para conversar sobre las necesidades, gustos a abordar en el diseño e implementación de la web. La utilidad de la tesis es conocer los requisitos de las guarderías para mostrar la información tanto de servicios como de actividades para sus usuarios o futuros clientes y las

diversas maneras de abordar y llegar a un planteamiento digital como lo es una página web con contenido multimedia interactivo.

INEI (2022). *Desarrollo Infantil Temprano en niñas y niños menores de 6 años de edad – ENDES 2021*. Perú. El objetivo consiste en medir los resultados de los 7 lineamientos para la Política Nacional – Primero la Infancia, cuya prioridad son los niños de 0 a 5 años de edad. Se abordan nueve puntos principales. El marco conceptual del Desarrollo Infantil Temprano, la distribución de la población de estudio; y los resultados de los 7 lineamientos: Nacimiento saludable, Apego seguro, Adecuado estado nutricional, Comunicación verbal efectiva, Camina solo, Regulación de emociones y de comportamientos y Función simbólica. Los resultados de la investigación concluyen en el análisis del estudio que durante el año 2018 a 2021 las cifras del Desarrollo Infantil Temprano (DIT) han cambiado de manera favorable para las infancias saludables a nivel físico y mental. Niveles como desnutrición y maltrato han disminuido tanto en costa, sierra y selva, zonas rurales y urbanas. Los infantes de la Sierra evidencian un apego más seguro con sus madres a comparación de la costa. En el área rural con respecto a comunicación verbal efectiva, la zona rural tuvo mayor porcentaje que la zona urbana. El vínculo que tiene con el reto es que podemos evidenciar el nivel de desarrollo de los niños comparado con el nivel de educación y conocimientos de las madres, tanto en los aspectos positivos como desarrollo de habilidades físicas y comunicación; y negativos como desnutrición y maltrato. De esta manera, se evidencia un acercamiento a prácticas seguras en pro del desarrollo infantil seguro y digno preservarán infancias más prósperas.

Avilés, C. (2023). *Geolocalización, su influencia y desarrollo. Para optar por el Grado en Administración y Dirección de Empresas*. Universidad de Valladolid. España. El objetivo consiste en visibilizar de manera general como los sistemas de geolocalización influyen en los tiempos actuales, además de los puntos positivos y negativos de la implementación y evidenciar la evolución de este, así como su aplicación en el futuro. Los resultados de la presente investigación concluyen que las tecnologías de localización son vitales para poder ofrecerle al usuario un servicio verídico pasando previamente por filtros, habiendo gestionado la información para su uso correcto. Con cara a las empresas que hagan uso de la geolocalización sirve como una herramienta poderosa para decisiones de negocios y oportunidades de la formación de nuevos productos o servicios. Como beneficio para la sociedad permite establecer vínculos entre personas, usuarios, clientes y empresas, de modo a que estas sean vistas por un gran número de personas. El vínculo que tiene con el reto es poder visibilizar a estos negocios de cuidado infantil denominados guarderías para que muchas más madres tengan conocimiento y se puedan integrar de mejor manera con la comunidad que cada distrito. Asimismo, este referente permite conocer la correcta gestión de los datos que se puedan mostrar y ver tanto de las guarderías como de los usuarios.

Espinoza García, C. F., & Rodríguez Guzmán, Y. (2021). *Experiencia de maternidad en un grupo de madres solteras en situación de pobreza. Para optar por el título profesional de Licenciado en Psicología*. Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas. Perú. El objetivo de la presente investigación consiste en describir las distintas vivencias maternidades de mujeres solteras de escasos recursos que participan en una institución religiosa del sector urbano del Callao. Los resultados de la investigación demuestran que debido a sus infancias, las mujeres

buscaron afecto en sus parejas durante la adolescencia debido a las condiciones y situaciones duras que experimentaron en su infancia. Las conclusiones de este proyecto señalan que estas madres solteras en edad adulta, a pesar de haber repetido conductas de su pasado por cómo fueron criadas, se esfuerzan por descubrir su podría maternidad soportada en una red de apoyo que facilitó el cuidado de sus menores, solvencia económica y acompañamiento emocional. La utilidad de la tesis recae en rescatar dichas necesidades que surgen durante la travesía de convertirse en madre a una edad joven o adulta, sin acompañamiento de alguna pareja o familiar, en donde la mujer se ve en la necesidad de ser ayudada por personas o asociaciones externas.

Coasaca Curaca, J. E., José, Y., Delgado Ampuero, L. B., & Zegarra Juárez, Á. R. (2022). *Plan de negocio para la venta de artículos de segunda mano para bebés a través de una plataforma de e-commerce*. Para obtener el grado de Magíster en Administración. Arequipa, Perú. El objetivo de este proyecto es solucionar la demanda no cubierta de los consumidores arequipeños, quienes requieren adquirir u ofrecer artículos usados de o para sus hijos ofertados a un precio menor al del mercado. Los resultados de la investigación demuestran que es viable la implementación de dicho negocio debido a la aceptación de los residentes de Arequipa donde señalan que se encuentran en adquirir productos ofertados en la plataforma "Desegundamano", dichos usuarios se encuentran también interesados en la venta o subasta de sus propios artículos en desuso. Las conclusiones de este estudio permiten resaltar la importancia de la gestión, evaluación y testeo de riesgos al iniciar un negocio de compra y venta de productos infantiles de segunda mano, además de planificar los recursos económicos y humanos. La utilidad de este trabajo es ampliar conocimientos administrativos para la etapa de planificación e implementación de la sección marketplace de la plataforma de "Mamá Guía", de esta manera

tener en cuenta los aspectos de gestión requeridos para una correcta ejecución, además de los intereses comerciales de los usuarios.

4.2. Marco Teórico

4.2.1. Creación de la plataforma virtual “Mamá Guía” para la visibilización y geolocalización de guarderías

Una plataforma virtual es el espacio digital donde se pueden desarrollar diversas actividades de carácter educativo, comercial, institucional, entre muchas más, se caracteriza por ser bastante versátil y adaptable al rubro al que va dirigido. Como indica la Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades (2023), el desarrollo de los entornos digitales permite mayor incorporación de la sociedad para con los bienes y servicios de forma no tradicional. En consecuencia, esta modalidad de interacción ha tomado gran relevancia hoy en día a causa de la globalización, permitiendo acelerar procesos y optimizar las acciones a ejecutar. Además, dichas plataformas se han visto respaldado en la evolución de dispositivos tecnologías, permitiendo que las páginas web puedan desarrollar sus aplicativos para llegar a más personas y adaptarse a los nuevos tiempos.

La plataforma virtual "Mamá Guía" tendrá como función principal visibilizar y geolocalizar las guarderías existentes dentro de Lima Metropolitana, haciendo uso de los servicios de localización para que los usuarios observen las opciones más cercanas a ellas y puedan interactuar con la información mostrada, así integrando todos los servicios de cuidado de infantes participantes de la plataforma de una forma más dinámica y uniforme. Se consideró el desarrollo de la versión web y aplicativo para dispositivos móviles para tener mayor compatibilidad con las madres, indiferentemente de su preferencia de instrumentos tecnológicos.

4.2.2. Características de la plataforma virtual “Mamá Guía” comunidad

Algunas de las características más destacables de los entornos digitales modernos, según Conexión Esan (2021), son la fluidez en la manera de interpretación del sitio y permitir que el usuario explore con libre intuición todo lo que le ofrecen; de no cumplir con estos aspectos la web o aplicativo se presta a generar desconfianza o dificultad, alejando al usuario. Los elementos empleados en la web se deberán organizar correctamente para facilitar el entendimiento del usuario, además deberá contar con un diseño atractivo, pero sin sobrecargar la visión para hacer llegar el mensaje de manera más directa.

Para esto, la plataforma creada derivada en sitio web y aplicativo, será sencilla de usar para las madres, quienes entenderán cómo desplazarse y cómo acceder a sus funciones básicas de manera instintiva. El orden estará presente de la mano del diseño acorde para el rango de edad de las usuarias y función informativa, comunidad y comercio apoyada en iconografía representativa de las principales funciones.

4.2.3. Funcionamiento de la plataforma virtual “Mamá Guía”

Tanto la aplicación como sitio web contarán con la creación de cuenta para mantener un registro y métricas de interacción del usuario dentro de la plataforma seguido de la aceptación del permiso a la ubicación para poder localizar al usuario y mostrar a continuación las opciones más cercanas mediante un registro fotográfico multimedia acompañado de información de cada servicio y comentarios a modo de valoraciones y experiencias.

En complemento, Pablo Londoño (2023), indica que toda la información visualizada en la app se encontrará albergada en una nube de almacenamiento, evitando que se hagan gastos extras para la ejecución de este concepto. También es importante, como señala Rootstack (2021), resguardar la seguridad de la información que se obtendrán de los usuarios, además de mantener la plataforma con las actualizaciones correspondientes para un buen desempeño y experiencia.

4.2.4. Apartados de la plataforma virtual “Mamá Guía”

Dentro de la plataforma se conciben 3 apartados denominados: Búsqueda, Foro, Marketplace y Perfil de usuario. En el primero se encuentra el mapa con las guarderías afiliadas, así como la información correspondiente a cada negocio junto con comentarios y valoraciones de cada una de las opciones. En el apartado Foro, las madres podrán entablar conversaciones acerca de temas psicológicos, maternidad, crianza, nutrición entre muchos más; esto desde el aplicativo o en la comunidad de WhatsApp. En el Marketplace, se podrán adquirir u ofrecer artículos infantiles que se encuentren en desuso, además de los productos de marcas asociadas con la plataforma. Finalmente, en el perfil de usuario las madres podrán editar sus datos y evaluar sus interacciones, también de gestionar su plan de suscripción en cada lo hayan adquirido.

4.2.5. Recolección de información de guarderías

Como es sabido, según Bolsa de Trabajo y Trámites de Perú (2023), para la apertura de una guardería se debe cumplir con una serie de requisitos indispensables, algunos de ellos son licencias de operación, certificados tanto de seguridad como de salud, la emisión de una patente, entre más consideraciones aptas para un negocio legal enfocado en el cuidado de niños pequeños

con la correcta supervisión y plan en caso de emergencias aprobadas por el estado. El RIF Perú (2023) resalta, en adición, la importancia del aprovechamiento del espacio en cuestión, además de un asesoramiento tanto de mobiliario, áreas y materiales usados en el ambiente. Todo esto a fin de disminuir los riesgos ocasionados por juegos o dinámicas propias de los cuidadores, asegurar la comodidad de los niños y brindar una experiencia segura para ellos.

Por parte del equipo de "Mamá Guía", se recopilará toda la información, permisos y datos pertinentes de cada cuidador por medio de un supervisor enviado para validar el proceso de ingreso de las guarderías a la plataforma. Esto estará complementado con el servicio de toma de registro fotográfico para proporcionar data actualizada y verídica a las madres usuarias de este proyecto.

4.2.6. Foro de madres

La maternidad es un proceso de muchos cambios para algunas mujeres, tanto físicos, psicológicos y sociales. Como bien señala Gisella López (2023), se está normalizado pensar que las madres pueden solucionar todos los problemas relacionados con los niños, al hogar, a la familia, sin dejar un momento para que ella se tome un descanso. Y más cuando en redes se ven todo tipo de comentarios de cómo ser madres perfectas, romper patrones y conductas con diversos tipos de crianza, tanto que solo confunde más que ayudar.

Silvia Gallego (2023) añade, que en la etapa inicial de la maternidad se viven una mezcla de sentimientos acompañados de desorientación y desconocimiento; incluso se experimentan conflictos con la familia más cercana debido a diferencia de pensamientos o experiencias que buscan ser impuestas. Por ello, la autora resalta el valor de las maternidades y crianzas en compañía de otras madres para ver de una manera más objetiva todas las historias y vivencias

que tienen dichas mujeres para contar y que las madres no se sientan juzgadas por las situaciones y retos a los que se enfrentan a diario.

Esta propuesta no solo busca facilitar la búsqueda de guarderías a madres, sino que crear una comunidad entre ellas para el apoyo emocional y experiencias sobre crianza y maternidad, para ello, se creará un canal de WhatsApp para el libre intercambio de vivencias y consejos.

4.2.7. Publicidad de Marcas infantiles

De la cooperación de marcas se crean muchos beneficios para ambas partes, es así como Luz Digital (2021) ilustra que estas estrategias de marketing y publicidad buscan acercarse a un nuevo segmento de consumidores en donde han identificado una oportunidad. Además, cuando se colabora siendo con una empresa más grande, influye en el nivel de visibilidad que puedan tener estos nuevos negocios, dando a conocer su propuesta a una gran cantidad de personas.

A las marcas infantiles que busquen sumarse a la plataforma y presentarse como una opción de consumo se les ofrecerá una sección dentro del Marketplace para promocionar sus productos, en suma a ello, en el aplicativo por cada cierta cantidad de clics saltarán anuncios de publicidad pop up de estas mismas marcas entre otros negocios o productos.

4.2.8. Marketplace artículos infantiles

Una manera de vender y anunciar productos que se ve mucho en internet son los marketplace, Según Rock Content, este apartado sirve para mostrar una gran carta de productos a los clientes, organizadas en diversas categorías, incluso de diferentes distribuidores. Rescata también, el uso de imágenes que destaquen los beneficios o usos del producto y así llame la atención de los consumidores.

Es así que, cada usuario de ‘‘Mamá Guía’’ podrá hacer uso del espacio en el Marketplace, de compra y venta, relacionado con productos de cuidado o uso infantil que se encuentren en desuso debido a la edad del menor o por otro factor; esto será un gran apoyo para madres que no cuenten con los recursos económicos necesarios para adquirir elementos en estado nuevo y necesiten de ellos.

4.2.9. Medios publicitarios

En la actualidad vivimos rodeados de publicidad, la cual se encuentra en todo tipo de formas, tamaños y lugares, esto genera sensaciones y afecta directamente en las acciones de las personas. Algunos de los medios cotidianos donde se puede apreciar la publicidad son Televisión, radio, internet, periódicos, revistas, entre muchos más. Como sigue indicando UCAL (2022), la información con mayor utilidad donde se aprecian de mejor manera lo que puede ofrecer un producto o servicio se da por medio de anuncios, señalando los beneficios que se podrán adquirir. Es así que, se debe usar la publicidad para dar a conocer la propuesta al público, otorgando múltiples maneras de consumo haciendo uso de la variedad de canales de comunicación.

Para el proyecto se harán uso de canales de comunicación digital como las redes Sociales: Instagram y Facebook para difundir la creación, funcionamiento del aplicativo y publicidad de ‘‘Mamá Guía’’, en misma medida se harán uso de publicidad impresa ubicadas en las guarderías aliadas.

4.2.9.1. Publicidad física

La forma más convencional de publicidad que se conoce es la física, mediante diversos elementos impresos a diversas escalas, anunciando negocios o productos nuevos con características llamativas y una imagen de marca muy bien representada, transmitiendo de manera clara y directa el mensaje a comunicar. Por ello, El Progreso (2020), indica que una gran cantidad de personas aún establece mayor cercanía a los formatos análogos o convencionales utilizados para la publicidad, a diferencia de otros métodos que se han visto vencidos por la alternativa digital, esto no sucede con este tipo de promoción, ya que se mantiene en apogeo y en tendencia debido a su adaptabilidad para diversas estrategias dentro del mercado, sin embargo, es importante no dejar de lado la integración con el medio digital.

Para esto, en cada guardería que afiliada a "Mamá Guía" se le entregará un flyer o letrero como elemento de publicidad física para que las personas que acudan directamente a los centros de cuidado puedan conocer al proyecto y lleguen a la plataforma, tanto web como aplicativo, por medio de un QR y de esta forma integramos tanto los medios tradicionales con los digitales.

4.2.9.1. Publicidad virtual

Una de las principales ventajas del uso de publicidad online es la gran capacidad de llegada al público que se puede obtener, esto sumado con las diversas métricas que se pueden obtener según el tipo de publicidad que se use, facilitando el entendimiento del recibimiento de los usuarios acerca del producto o servicio ofrecido, como mantiene señalando Palomino y Mamani (2022), un adicional a ese método de publicidad es la personalización de la publicidad en distintas redes sociales a diferentes tipos de usuarios y consumidores.

La publicidad digital para "Mamá Guía, tu apoyo diario" se hará de manera orgánica y de pago por las redes sociales de Instagram y Facebook haciendo uso de las herramientas de cada

plataforma, adaptando el contenido hacia los distintos tipos de madres identificadas en el proceso de investigación, así como para las guarderías quienes se convertirán en los aliados de esta propuesta.

4.2.10. Importancia de crear la plataforma virtual "Mamá Guía" para la visibilización y geolocalización de guarderías

Viviendo en una era donde la tecnología se encuentra en auge y es empleada para la solución de diversas problemáticas, es ideal su uso relacionado a personas jóvenes quienes conviven con ella a diario, en este caso las madres trabajadoras. La gran mayoría de ellas cuenta con uno o más dispositivos tecnológicos de los cuales utilizan para entretenimiento, comercio, empleo, comunicación, educación, por ello se considera fundamental la creación de la plataforma virtual que permita conectar a las madres con las guarderías.

De esta manera, en la plataforma virtual "Mamá Guía, tu apoyo diario", ellas podrán analizar con base en información verificada la calidad de servicio que ofrecen, así como validar los comentarios de otros usuarios que ya hayan hecho uso del servicio. Sin dejar de lado la geolocalización, esta gran carta de centros de cuidado infantil tendrán mayor exposición localizada para que las beneficiarias puedan elegir según la oferta actual. De este modo, no solo ayudamos a madres e hijos, sino también a que estos negocios se mantengan y tengan la allegada esperada de las madres y se den a conocer a todas sus potenciales clientas.

5. Beneficiarios

La creación de la plataforma virtual Mamá Guía beneficiará a madres trabajadoras de Lima Metropolitana que se encuentran entre los 25 a 35 años que tengan hijos pequeños entre 0 a

5 años que buscan el servicio de guardería. Estas mujeres son en su gran mayoría jefas de hogar y de familia, muchas de ellas solteras quienes trabajan desde empresas corporativas grandes hasta en negocios familiares o independientes. Buscan superarse cada día, cumpliendo metas, retomando sus estudios para sacar adelante el futuro de sus hijos. Debido a la ajetreada vida que llevan, viven en constante conflicto por compatibilizar la maternidad, los deberes laborales y las tareas domésticas y están en una constante búsqueda de apoyo para el cuidado del menor.

La solución permitirá que ellas visualicen la información necesaria de las guarderías que podrían ayudarlas con el cuidado del menor mientras ellas trabajan. De esta manera se enterarán de qué servicio de cuidado se encuentran más cercano al domicilio o lugar donde se encuentren, la formación de los cuidadores a cargo, horarios, costos, actividades y más. Sumado a ello las madres que tengan objetos infantiles que busquen vender existirá un apartado a modo de marketplace para que ellas puedan ofrecer dichos elementos. Además, para que las madres primerizas y experimentadas puedan compartir vivencias y consejos entre ellas se generará un foro de conversación donde existirán diversos temas de interés enfocados en la crianza, maternidad, nutrición y salud mental.

Se estima que 6 de cada 10 madres pertenecientes a los diversos distritos de Lima Metropolitana dentro del rango de edad señalado con anterioridad se beneficiarán directamente con la implementación de la plataforma ya que se encuentran en la búsqueda de una guardería que se adapte a sus horarios laborales y a las actividades que pueda desarrollar el infante correspondiente a su edad.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

La plataforma virtual “Mamá Guía” Tu apoyo Diario, acompañará a las madres de familia que necesiten apoyo para el cuidado de sus hijos, facilitando información de múltiples guarderías seleccionadas a las necesidades de cada madre y niño, así podrán continuar con sus vidas laborales para brindarle la mejor calidad de vida a su familia. Nuestro objetivo es formar una comunidad creada por un grupo de WhatsApp y que las mamás puedan acceder a un Market Place privado que les permitirá comprar y vender productos relacionados con el cuidado de sus hijos.

6.2. Segmento de clientes

La Plataforma virtual “Mamá Guía” Tu apoyo Diario está dirigida principalmente a madres trabajadoras, empresarias y emprendedoras que busquen apoyo para el cuidado de sus hijos en un lugar seguro y de confianza.

6.3. Canales

El medio por el cual llegará la propuesta a los clientes es a través de un aplicativo móvil que también cuenta con web, aquí se desarrollarán los beneficios y planteamiento del negocio. Como medio de publicidad virtual se harán uso de las redes sociales más conocidas para visibilizar la plataforma “Mamá Guía” y como contraparte física se planea el uso de códigos QRs

ubicados en los counter o lugar de atención de las guarderías que quieran formar parte de esta propuesta.

6.4. Relación con los clientes

El 50% de las madres encuestadas señalaron una gran desconfianza hacía las guarderías y esto se vio relacionado a la falta de información, publicidad engañosa y permisos no verificados de estos servicios quienes fueron reducidos luego de la pandemia. De este modo, "Mamá Guía, tu apoyo Diario" busca eliminar la desinformación para crear confianza en las guarderías y las profesionales que trabajan en ellas. Esto se verá reflejado en gran parte en el aplicativo y web donde se mostrará información verificada de manera transparente con las autoridades correspondientes; utilizaremos como canal de comunicación las redes sociales de Instagram y Facebook para publicitar el aplicativo y la página web.

6.5. Actividades clave

Como actividad clave primordial es el desarrollo y creación del aplicativo y web de "Mamá Guía, tu apoyo Diario" recopilaremos información actual y validada por un Supervisor de la empresa para poder evaluar a cada guardería que quiera estar en el aplicativo. Luego del proceso de validación y proceso de pago se realizará una sesión fotográfica para subir el contenido al aplicativo. Para finalizar esta alianza se hará una publicación anunciando por redes sociales y colocando un flyer de publicidad en el Local de la Guardería.

6.6. Recursos clave

Se tiene previsto para el correcto funcionamiento de la plataforma contar con un servidor a manera de repositorio tanto para la app como la página web y que la información se mantenga a salvo, esto además será ejecutado por un desarrollador y diseñador UX/UI.

6.7. Aliados clave

Los principales aliados clave con los que estamos contando para este modelo de negocios son las guarderías pertenecientes a Lima Metropolitana. También planeamos contar con la ayuda de un colaborador que se encargue de verificar la documentación de dichos servicios, como parte del equipo se considera a un fotógrafo para obtener imágenes de calidad aptas tanto para web como el aplicativo. sin olvidar a dos piezas claves para que esta propuesta sea posible son el desarrollador de la plataforma y el gestor de proyecto que nos brinde apoyo para mantener orden y que se cumpla cada etapa de la propuesta.

6.8. Fuentes de ingresos

Se planificaron 03 tipos de planes para generar ingresos con la plataforma virtual, el primero destinado a las guarderías que se sumen al proyecto donde pagarán un monto de S/200 soles con los cuales se acepta la revisión de documentación, visita al local y una sesión fotográfica del mismo; de este modo aparecerán en el aplicativo y página web. Para las madres existe el plan gratuito y el premium, el gratuito permite acceso a todas las opciones, pero de manera limitada en cuanto comentarios y publicaciones se refiere, sin dejar de mencionar los anuncios de publicidad a modo de pop up; por otro lado, el plan premium, con un valor de S/.10 soles, incluye lo anterior mencionado, pero de manera ilimitada además de la eliminación de la publicidad.

6.9. Presupuestos

Tabla 1.

Presupuesto inicial para desarrollar la plataforma virtual "Mamá Guía".

Categoría	Descripción	Precio
Producción	Desarrollo de la aplicación y web, hosting, permisos de Google Play, publicidad inicial	S/ .1500
Administrativo	Servicio técnico inicial	S/ .200
Logística	Publicidad física inicial	S/ .200
Financiero	Préstamo y capital propio	S/ .5000
	Total	S/ .6900

Nota: En esta tabla se puede visualizar los precios de la inversión inicial de para la creación, desarrollo y lanzamiento de la plataforma al público.

Tabla 2.

Presupuesto mensual para sostener la plataforma virtual "Mamá Guía".

Categoría	Descripción	Precio
Producción	Fotógrafo	S/ .600
Administrativo	Servicios básicos, Personal supervisión guarderías	S/ .3600
Logística	Servidor hosting, soporte técnico, virtual, publicidad virtual, pago dominio.	S/ .170
Financiero	Tasa de interés del préstamo	S/ .844
Difusión	Publicidad física	S/ .500
	Total	S/

.5214

Nota: En esta tabla se puede visualizar los precios de la inversión mensual para mantener activa la plataforma y mantener a flote el plan de negocios.

7. Resultados

Se logró cumplir de manera exitosa con el reto de innovación debido a la resolución de la problemática vinculada al poco conocimiento y deficiente visibilización de guarderías en Lima Metropolitana para madres trabajadoras gracias a Mamá Guía, una plataforma virtual donde se geolocalizan guarderías cercanas para que la decisión de servicio sea lo más segura posible.

Se validó la propuesta de solución de plataforma virtual "Mamá Guía" mediante una encuesta cualificada con comentarios en la misma página donde se desarrolló el prototipo del aplicativo, recibiendo así retroalimentación de las beneficiarias, madres trabajadoras de 25 a 35 años. Las madres mostraron su total respaldo al proyecto y mencionaron características adicionales para sumar a la plataforma para convertirla en una experiencia más completa. Además, señalaron su disposición a compartir el aplicativo con más personas, no solo madres, porque lo ven como una gran ayuda para la búsqueda de guarderías seguras, acompañamiento emocional y oportunidad de ofertar productos infantiles en desuso.

La aceptación satisfactoria de "Mamá Guía, Tu apoyo Diario" se debe a la ejecución previa de talleres generativos donde se pudo escuchar y conocer las necesidades de las madres, también se pudo entender qué aspectos eran los más importantes al conocer de una guardería, qué puntos eran elementales para generar confianza en primera instancia y cuáles son los pesares que surgen al ser madres primerizas.

8. Conclusiones

Este trabajo de investigación identificó las necesidades que tienen las madres trabajadoras para la elaboración de la plataforma virtual "Mamá Guía", es así que como requerimiento principal se tuvo en cuenta visibilizar la oferta existente de las guarderías que se encuentran en el mercado, así como su ubicación geográfica mediante un mapa y sistema de GPS en tiempo real, sumado a ello, la información de cada centro de cuidado infantil y los cuidadores a cargo. Las madres señalaron que era importante contar con un amplio registro fotográfico del lugar, además de los comentarios o reseñas de otras madres que ya hayan hecho uso del servicio en cuestión. Asimismo, algunas de estas madres manifestaron sentirse solas durante los primeros años de la maternidad, sin posibilidades de adquirir experiencia o conversar sobre temas de relacionados con la crianza y desarrollo del menor, por ello, en la plataforma se incluye un foro de conversación de diversos temas donde las madres pueden compartir vivencias y establecer conexiones. Como último punto, los productos dirigidos a niños como ropa, juguetes y utensilios para niños de corta edad se ven en desuso con prontitud e implican en muchas ocasiones una gran inversión, de esta manera las madres señalaron su deseo que contar con la facilidad de vender o donar dichos artículos a otras madres que necesiten hacer uso de ellos.

Con base en lo indicado previamente, se determinaron los medios y recursos imprescindibles para el desarrollo de la plataforma mencionada. Entre ellos se consideró en primer lugar el desarrollo tanto de una aplicación móvil como su versión web para el manejo de las usuarias, ya que son mujeres que se desenvuelven con mayor naturalidad con la tecnología y la usan tanto para sus trabajos como en su vida diaria, además el hecho de que puedan ingresar a revisar esta información desde su teléfono móvil les permite acceder desde cualquier lugar en el

que se encuentren pudiendo explorar nuevos servicios en diferentes ubicaciones. Por lo tanto, los medios necesarios para hacer llegar la propuesta son los digitales, siendo más práctico para las madres porque les facilita la información sin horario y pueden revisar la data a su propio ritmo y disponibilidad.

El impacto generado por esta plataforma en la comunidad de madres y guarderías se valida por medio de comentarios de las implicadas sobre el proceso de evaluación y elección del servicio de cuidado para niños con mayor facilidad y rapidez, además de la medición de las interacciones en la página web y descargas de la aplicación. En la misma medida, en la cantidad de madres que hagan uso de los foros de conversación y temas activos sin dejar de lado la cantidad de artículos vendidos, se consolida la utilidad de la propuesta. De manera física y estadística, el impacto también se ve evidenciado en el incremento de madres que opten por el uso de guarderías como apoyo para el cuidado de sus hijos mientras ellas se encuentran trabajando, brindando tiempo y seguridad a estas mujeres para generar ingresos y sostener a su familia y a las guarderías contar con ingresos para seguir mejorando sus servicios.

Finalmente, lo expresado en anteriores párrafos afianza los beneficios y oportunidades que se obtienen con la implementación de la plataforma virtual Mamá Guía para visibilizar la información y oferta de guarderías existentes para que se adapten a las necesidades de madres trabajadoras.

9. Bibliografía

Avilés, C. A. (2023, junio 13). *Geolocalización, su influencia y desarrollo.* UVaDOC Principal. https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/61315/TFG-E-1739.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Berniell, L., & Banco de desarrollo de América Latina y el Caribe. (2021, marzo 5). *Maternidad y trabajos flexibles en América Latina*. CAF. https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2021/03/maternidad-y-trabajos-flexibles-en-america-latina/

Bolsa de Trabajo de Perú. (2023). *Conoce los requisitos necesarios para abrir una guardería en Perú*. Bolsa de Trabajo de Perú. https://bolsatrabajo.pe/requisitos-para-abrir-una-guarderia-en-peru/

Coasaca Curaca, J. E., José, Y., Delgado Ampuero, L. B., & Zegarra Juárez, Á. R. (2022, mayo 4). *Plan de negocio para la venta de artículos de segunda mano para bebés a través de una plataforma de e-commerce*. Repositorio ESAN. https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/3068/2022_MATP-ARE_19-1_06_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Conexión Esan. (2019, junio 12). *Cobranding: 8 ejemplos geniales donde la unión hace el éxito | Conexión ESAN*. ESAN Graduate School Of Business. https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/cobranding-8-ejemplos-geniales-donde-la-union-hace-el-exito

Conexión Esan. (2021, octubre 1). *Mejores prácticas para el diseño de la interfaz de usuario en el comercio electrónico | Conexión ESAN*. ESAN Graduate School Of Business. https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/mejores-practicas-para-el-diseno-de-la-interfaz-de-usuario-en-el-comercio-electronico

Council on Early Childhood. (2018, agosto 3). *Por qué son importantes los centros de cuidado infantil de alta calidad en la primera infancia: explicación de la política d*. HealthyChildren.org. https://www.healthychildren.org/Spanish/family-life/work-and-child-care/Paginas/why-quality-matters-in-early-child-care-aap-policy-explained.aspx

El Comercio & ComexPerú. (2023, julio 9). *sectores I Comex I Más de la mitad del empleo formal se concentra en Lima, ¿qué sectores participan? I empleo formal | ECONOMIA*. Gestión. https://gestion.pe/economia/sectores-i-comex-i-mas-del-la-mitad-del-empleo-formal-se-concentra-en-lima-que-sectores-participan-i-empleo-formal-noticia/

El Progreso de Lugo. (2020, junio 25). *Importancia de la publicidad física y convencional en la era digital*. El Progreso de Lugo. https://www.elprogreso.es/articulo/noticias/importancia-publicidad-fisica-convencional-era-digital/20200625192611144597 7.html

Espinoza García, C. F., & Rodríguez Guzmán, Y. (2021, octubre 6). *UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS FACULTAD DE PSICOLOGÍA PROGRAMA ACADÉMICO DE PSICOLOGÍA Experiencia de maternidad e*. Repositorio Académico UPC.

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/658378/Espinoza_GC.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Gallego, S. (2023, mayo 3). *La importancia de la comunidad en la crianza: grupos de acompañamiento para madres*. Mamayoga. https://mamayoga.es/la-importancia-de-la-comunidad-en-la-crianza-grupos-de-acompanamiento-para-madres/

Impacto de la implementación de Guarderías Institucionales en la Satisfacción del Cliente Interno, en la empresa Mapfre. (2019, agosto 28). Repositorio Académico UPC. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/648837/CaceresC_N1.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Iniesta Romero, P. (2021, enero 26). *Diseño e implementación de una web app para la guardería "El segon cau"*. UPCommons. https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/343344/155964.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2022, mayo). *Desarrollo Infantil Temprano en niñas y niños menores de 6 años de edad – ENDES 2021*. Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1840/libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023, mayo 13). Más de 8 millones 800 mil madres conmemoran su día en el Perú este domingo.

https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/756802-mas-de-8-millones-800-mil-madres-conmemoran-su-dia-en-el-peru-este-domingo

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023, junio 16). *El 82,0% de la población que usa Internet lo hace a través de un celular*. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-820-de-la-poblacion-que-usa-internet-lo-hace-a-traves-de-un-celular-11474/

LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, Asunción, Paraguay. (2023, abril 10). *La importancia de las plataformas digitales en los negocios*. LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades. https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/download/554/731

Londoño, P. (2023, enero 4). *Qué son las aplicaciones web y 8 ejemplos*. Blog de HubSpot. https://blog.hubspot.es/website/que-es-aplicacion-web

López, G. (2023, mayo 12). *Día de la madre | Mamá | Mujeres | Mamá no lo puede todo, por Gisella López Lenci | OPINION | EL COMERCIO PERÚ*. El Comercio Perú. https://elcomercio.pe/opinion/rincon-del-autor/dia-de-la-madre-mama-mujeres-mama-no-lo-puede-todo-por-gisella-lopez-lenci-noticia/

Luz Digital. (2021, Noviembre 9). *Alianzas estratégicas entre Marcas: Tipos y Ejemplos Famosos*. Luz Digital. https://luzdigital.org/alianzas-estrategicas-y-ejemplos-famosos/

Mitma, D. (2022, diciembre 2). *El lento retorno de las guarderías de Cuna Más en las regiones del Perú*. Salud con lupa.

https://saludconlupa.com/noticias/el-lento-retorno-de-las-guarderias-de-cuna-mas-en-las-regiones-del-peru/

Organización Internacional del Trabajo. (2023, Marzo). *Perspectivas Sociales y del Empleo en el Mundo 2023: El valor del trabajo esencial*. International Labour Organization. https://www.ilo.org/digitalguides/es-es/story/weso2023-key-workers#home

Palomino Cruz, E. S., & Mamani Ortiz, D. C. (2022, Octubre). *LA PUBLICIDAD ONLINE EN EL COMERCIO ELECTRONICO Y SU INFLUENCIA EN LAS ACTITUDES DE LOS USUARIOS MILENIALS EN LIMA METROPOLITANA*. Repositorio Institucional ULima. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/17455/T018_47089627_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pariona Icochea, T. (2019, Agosto 29). ¿Cronograma establecido?: representaciones de maternidad según mujeres profesionales en Lima. *Anthropologica*, 37(43), 17-37. https://dx.doi.org/10.18800/anthropologica.201902.001

Redator Rock. (2019, Junio 14). *Marketplace: ¿qué es, cómo funciona y cuál su importancia?* Rock Content. https://rockcontent.com/es/blog/marketplace/

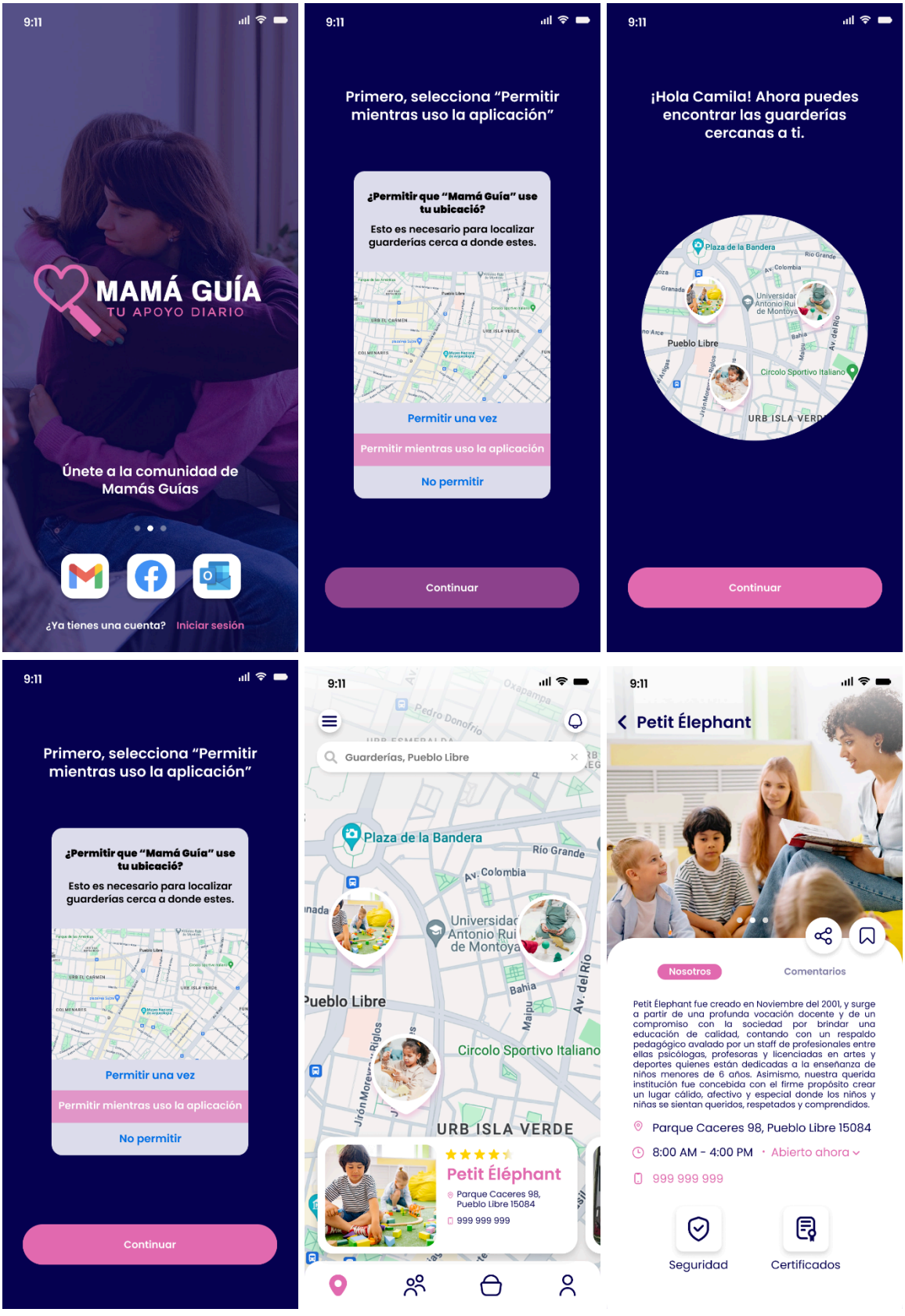
RIF PERÚ. (2023). *¿Cuáles son los requisitos para abrir una guardería en Perú? - Todo Trámites Perú*. Trámites Perú. https://peru.elrif.com/requisitos-para-abrir-una-guarderia/

Rootstack. (2021, Junio 18). *Implementando geolocalización en sitios web*. Rootstack. https://rootstack.com/es/blog/implementando-geolocalizacion-en-sitios-web

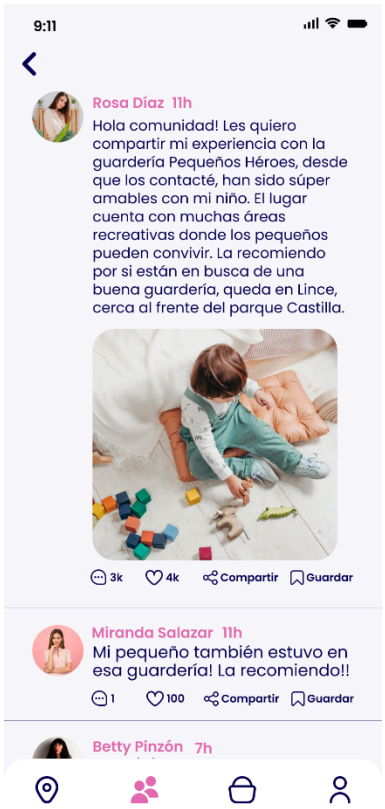
UNICEF. (2021, Junio 18). *Los servicios de guardería asequibles y de calidad son inaccesibles en muchos de los países más ricos del mundo*. UNICEF. https://www.unicef.org/es/comunicados-prensa/servicios-guarderia-de-calidad-son-inaccesibles-muchos-paises-ricos

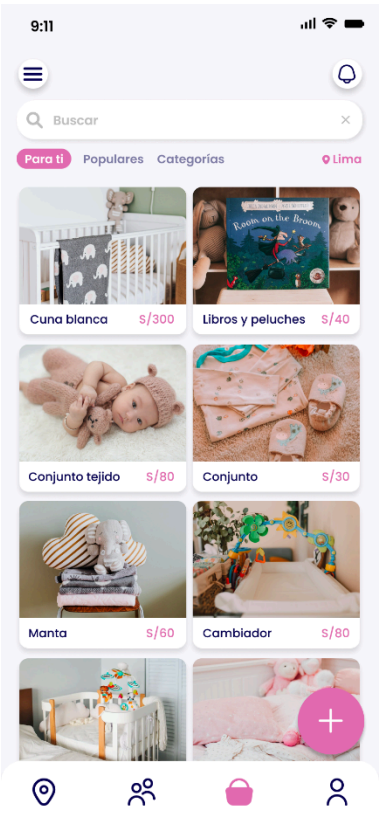
Universidad de Ciencias y Artes de América Latina. (2022, Marzo 29). *Influencia de la publicidad en las personas | Blog | Universidad de Ciencias y Artes de América Latina*. UCAL. https://www.ucal.edu.pe/blog/comunicacion/influencia-publicidad-personas

10. Anexos


9:11
MAMÁ GUÍA
TU APOYO DIARIO
Únete a la comunidad de Mamás Guías
¿Ya tienes una cuenta? Iniciar sesión
Primero, selecciona "Permitir mientras uso la aplicación"
¿Permitir que "Mamá Guía" use tu ubicació?
Esto es necesario para localizar guarderías cerca a donde estes.
Permitir una vez
Permitir mientras uso la aplicación
No permitir
Continuar
¡Hola Camila! Ahora puedes encontrar las guarderías cercanas a ti.
Plaza de la Bandera
Río Grande
Av. Colombia
Universidad Antonio Rui de Montoya
Pueblo Libre
Av. del Río
Circolo Sportivo Italiano
URB ISLA VERDE
Continuar
Primero, selecciona "Permitir mientras uso la aplicación"
¿Permitir que "Mamá Guía" use tu ubicació?
Esto es necesario para localizar guarderías cerca a donde estes.
Permitir una vez
Permitir mientras uso la aplicación
No permitir
Continuar
Guarderías, Pueblo Libre
Plaza de la Bandera
Río Grande
Av. Colombia
Universidad Antonio Rui de Montoya
Pueblo Libre
Bahia
Av. del Río
Circolo Sportivo Italiano
URB ISLA VERDE
Petit Élephant
Parque Caceres 98, Pueblo Libre 15084
999 999 999
Petit Élephant
Nosotros
Comentarios
Petit Élephant fue creado en Noviembre del 2001, y surge a partir de una profunda vocación docente y de un compromiso con la sociedad por brindar una educación de calidad, contando con un respaldo pedagógico avalado por un staff de profesionales entre ellas psicólogas, profesoras y licenciadas en artes y deportes quienes están dedicadas a la enseñanza de niños menores de 6 años. Asimismo, nuestra querida institución fue concebida con el firme propósito crear un lugar cálido, afectivo y especial donde los niños y niñas se sientan queridos, respetados y comprendidos.
Parque Caceres 98, Pueblo Libre 15084
8:00 AM - 4:00 PM · Abierto ahora
999 999 999
Seguridad
Certificados


9:11
Petit Élephant
Nosotros
Comentarios
4.9
+100 comentarios
Brenda Bertrán
18 comentarios 3 fotos
hace 2 semanas
Buena guardería. Tengo mucha confianza en dejas a mis hijos. Aprenden bastante en la guardería. Lo recomiento 100%.
Me gusta
Compartir
Esmeralda Mendoza
1 comentario 2 fotos
hace 1 mes
Le tengo súper confianza, la recomiendo mucho. Cuenta con personal 100% capacitado.
Me gusta
Compartir


9:11
Rosa Díaz 11h
Hola comunidad! Les quiero compartir mi experiencia con la guardería Pequeños Héroes, desde que los contacté, han sido súper amables con mi niño. El lugar cuenta con muchas áreas recreativas donde los pequeños pueden convivir. La recomiendo por si están en busca de una buena guardería, queda en Lince, cerca al frente del parque Castilla.
3k
4k
Compartir
Guardar
Miranda Salazar 11h
Mi pequeño también estuvo en esa guardería! La recomiendo!!
1
100
Compartir
Guardar
Betty Pinzón 7h


9:11
Buscar
Para ti
Populares
Categorías
Lima
Cuna blanca S/300
Libros y peluches S/40
Conjunto tejido S/80
Conjunto S/30
Manta S/60
Cambiador S/80


9:11
Cancelar
Nueva publicación
Publicar
Camila Nieves
Agregar foto
Fotos: 0/10 Elige primero la foto principal de la publicación.
Cuna y conjunto de pijamas
S/ 400
Bebés
9/10
Linda cuna de madera y conjunto de pijama talla 2