ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Miss Dibujos con Sentidos: Diseño de ilustraciones didácticas para el servicio de estimulación temprana para niños de 3 a 36 meses de edad en Lima, Perú

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN DIRECCIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

PRESENTADA POR

Allison Lucia Rodriguez Gutierrez
DNI: 72608075, Perú

ASESOR

Moisés David Zabalbeascoa Marroquín
DNI: 43685292, Perú
ORCID: 0009-0001-6908-7277

JURADO

Hayashi Rafael Mateo Nuñez
Hector Santiago Guzmán Salinas
Jesús Manuel Chincha Llecllish

Lima, Enero 2026

INFORME-19597-RODRIGUEZ

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:549323352

Fecha de entrega
25 ene 2026, 7:00 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
25 ene 2026, 7:22 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
INFORME-19597-RODRIGUEZ

Tamaño del archivo
2.1 MB

51 páginas

8606 palabras

47.411 caracteres

12% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

6%	Fuentes de Internet
1%	Publicaciones
10%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a mis padres. A mi papá por apoyarme en toda la carrera y haber tomado en serio mis sueños creativos. Y, a mi mamá, por estar presente siempre y cuidarme en mis amanecidas de trabajos. A ambos, simplemente muchas gracias.

Por último, a mí misma, porque pude creer en mí.

Agradecimiento

Gracias a mis hermanos, Oscar y Alejandra. A él por ser mi hermano mayor que me cuidó desde pequeña y que aún lo hará. Y, a mi hermana, por abrir tantas puertas para desarrollarme, entre ellas, haberme permitido hacer este proyecto de su emprendimiento.

Muchas gracias.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **1**

1.1 Título del Proyecto de Innovación 1

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación 2

II. Descripción de la innovación **3**

2.1 Planteamiento del Problema 3

2.2 Población beneficiaria 5

2.3 Objetivo(s) del proyecto 7

2.4 Marco referencial 7

2.5 Proceso creativo y experimentos 9

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 9

2.5.2 Información sobre el Mercado 11

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 12

2.5.4 Diseño de producto/servicio 14

2.5.5 Modelo de Negocio 17

2.5.6 Resultados esperados 18

2.5.7 Prototipos desarrollados 19

2.5.8 Experimentos 23

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 26

III. Estimación de costos **28**

3.1 Presupuesto 28

IV. Conclusiones y recomendaciones **30**

4.1 Conclusiones 30

4.2 Recomendaciones 31

V. Referencias Bibliográficas **32**

VI. Anexos **34**

6.1 Anexo 1 34

6.2 Anexo 2 44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Árbol del problema 5
Figura 2 Mapa de actores 6
Figura 3 Arquetipo de usuario 10
Figura 4 Ruta para conceptualizar 13
Figura 5 Canvas de propuesta de valor 14
Figura 6 Canvas de modelo de negocio 18
Figura 7 Prototipo de baja definición 20
Figura 8 Prototipo de alta definición 22
Figura 9 Checklist de prototipado 23
Figura 10 Tabla receptora 26

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Miss Dibujos con Sentidos: Diseño de ilustraciones didácticas para el servicio de estimulación temprana para niños de 3 a 36 meses de edad en Lima, Perú

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El siguiente proyecto de creación de ilustraciones didácticas para el servicio de estimulación temprana se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de salud y bienestar social y la actividad económica de enseñanza y busca resolver la falta de materiales didácticos que apoyen el desarrollo cognitivo de los niños de 03 a 36 meses de edad, teniendo como población beneficiaria a los psicólogos profesionales de la marca, como también a los niños y a sus familias comprometidas con su aprendizaje inicial en la ciudad de Lima.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas con herramientas de Design Thinking para tomar como centro al usuario y Lean Startup para impulsar la implementación de los resultados, estas herramientas contemplan la colaboración y el pensamiento visual, como la técnica persona para plantear arquetipos y validar usuarios, mapa de actores para reconocer el contexto y mercado, mapa de trayectoria, para delinear la mecánica de la propuesta, canvas de propuesta de valor, para consolidar el concepto innovador, canvas de modelo de negocio que permita observar la sostenibilidad de la propuesta, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en una línea gráfica de ilustraciones didácticas, que apoyan al aprendizaje del niño como también refuerza la identidad de la marca, se trata de un paquete de material educativo, con dibujos hechos a mano de alta calidad y color que apoya a las psicólogas con sus pacientes, al reforzar su estimulación sensorial, lenguaje y motricidad, generando valor social al mejorar la experiencia educativa de los niños, como también el valor económico al optimizar tiempos y recursos de la marca al tener que buscar y crear un nuevo material, y por último, un valor ambiental al reducir el uso de plásticos y materiales desechables.

Para la experimentación se diseñaron prototipos de tarjetas ilustradas de 3 temas comúnmente enseñados por la marca para ser utilizados en sesiones individuales de 4 niños junto con su psicóloga y familiar a cargo en los distritos de San Martín de Porres, Los Olivos, Comas y Pueblo Libre; en las sesiones realizadas, se llevaron a cabo las clases de los temas propuestos, dónde se evidenció un mejor nivel de atención de parte de los niños como al igual una mayor atención e interacción de ellos.

Se concluye que la solución propuesta mejora la atención de los niños significativamente, facilitando la efectividad de las sesiones de estimulación, como también refuerza la identidad de la marca que anteriormente no contaba y se recomienda la producción de un mayor número de material didáctico para la marca, como el desarrollo de una plataforma interactiva con las ilustraciones para un futuro comercio online.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

El proyecto se desarrolla en la capital de Lima, enfocándose en los distritos de San Martín de Porres, Lince, Pueblo Libre, San Miguel y Los Olivos dónde actualmente la marca Miss con Sentidos realiza su servicio. En este ámbito, el público de la marca, son padres y madres, muchos de ellos profesionales, que valoran la inversión del desarrollo inicial en sus hijos de 03 a 36 meses de edad.

En el aspecto cultural, hay una creciente conciencia sobre la importancia de la estimulación temprana en la infancia, hoy los padres tienen acceso a la información y están más preocupados por brindar mejores herramientas de desarrollo a sus hijos en sus primeros años de vida. Por ello, la marca ayuda a las familias, dónde la psicóloga especializada llega a sus hogares y crea un espacio íntimo y seguro para el niño lo que facilita una adaptación más rápida y efectiva. Además, dentro de las sesiones también se involucra a los padres en el proceso de aprendizaje.

Respecto a la problemática, el proyecto busca resolver la inversión de tiempo en buscar y crear materiales ilustrados para sus sesiones de estimulación. La psicóloga debe preparar, antes de cada sesión, un conjunto de ejercicios recreativos dónde se pueda apoyar al momento de realizar la estimulación del niño. Al no contar con unos materiales fijos, genera

un desgaste profesional al tener que crear constantemente nuevos recursos desde cero, como también no mantener una calidad y coherencia visual entre sus materiales dado que suele recurrir a imágenes gratuitas de internet dónde no siempre encuentra los temas que va a tratar en sus sesiones.

En ese caso, el impacto ambiental del uso recurrente de la creación de nuevos materiales para las sesiones es significativo. El proceso de ello, está compuesto por el consumo constante de insumos físicos como cartulinas, hojas de colores, plásticos y otros materiales de papelería. Al ser manipulados por los niños, estos materiales cuentan con un ciclo de vida corto, lo que contribuye a la acumulación de residuos constantes.

En esta situación, es importante la creación de un material que sea didáctico e interactivo, pero que a la vez ayude a las profesionales con realizar sus recursos de una manera más rápida y no desgastante, dónde pueda contar con ello y esté segura que ayudará al reforzamiento cognitivo de los niños. Esta nueva propuesta de material, debe también presentar una alternativa ecológicamente responsable para la marca.

II. Descripción de la innovación

2.1 Planteamiento del Problema

El proyecto se desarrolla en la capital de Lima, enfocándose en los distritos de San Martín de Porres, Lince, Pueblo Libre, San Miguel y Los Olivos dónde actualmente la marca Miss con Sentidos realiza su servicio. En este ámbito, el público de la marca, son padres y madres, muchos de ellos profesionales, que valoran la inversión del desarrollo inicial en sus hijos de 03 a 36 meses de edad.

En el aspecto cultural, hay una creciente conciencia sobre la importancia de la estimulación temprana en la infancia, hoy los padres tienen acceso a la información y están más preocupados por brindar mejores herramientas de desarrollo a sus hijos en sus primeros años de vida. Por ello, la marca ayuda a las familias, dónde la psicóloga especializada llega a sus hogares y crea un espacio íntimo y seguro para el niño lo que

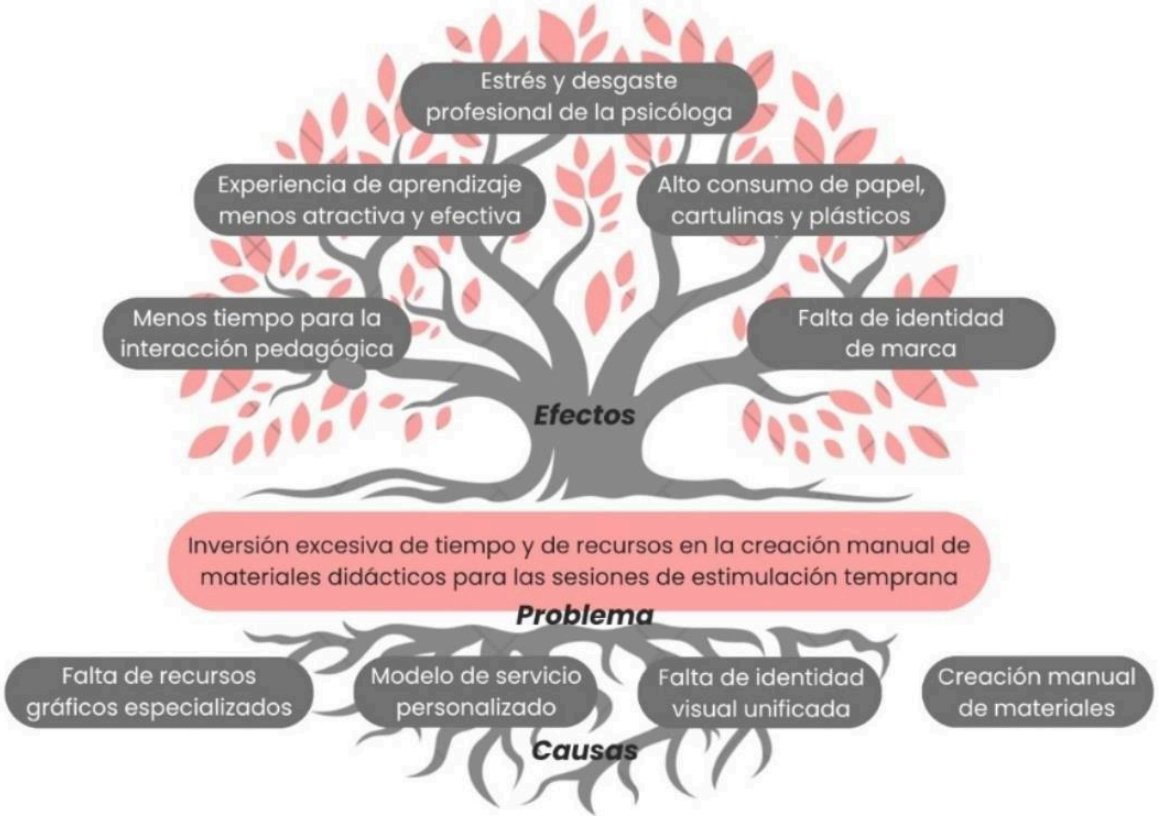
facilita una adaptación más rápida y efectiva. Además, dentro de las sesiones también se involucra a los padres en el proceso de aprendizaje.

Respecto a la problemática, el proyecto busca resolver la inversión de tiempo en buscar y crear materiales ilustrados para sus sesiones de estimulación. La psicóloga debe preparar, antes de cada sesión, un conjunto de ejercicios recreativos dónde se pueda apoyar al momento de realizar la estimulación del niño. Al no contar con unos materiales fijos, genera un desgaste profesional al tener que crear constantemente nuevos recursos desde cero, como también no mantener una calidad y coherencia visual entre sus materiales dado que suele recurrir a imágenes gratuitas de internet dónde no siempre encuentra los temas que va a tratar en sus sesiones.

En ese caso, el impacto ambiental del uso recurrente de la creación de nuevos materiales para las sesiones es significativo. El proceso de ello, está compuesto por el consumo constante de insumos físicos como cartulinas, hojas de colores, plásticos y otros materiales de papelería. Al ser manipulados por los niños, estos materiales cuentan con un ciclo de vida corto, lo que contribuye a la acumulación de residuos constantes.

En esta situación, es importante la creación de un material que sea didáctico e interactivo, pero que a la vez ayude a las profesionales con realizar sus recursos de una manera más rápida y no desgastante, dónde pueda contar con ello y esté segura que ayudará al reforzamiento cognitivo de los niños. Esta nueva propuesta de material, debe también presentar una alternativa ecológicamente responsable para la marca.

Figura 1: Árbol del Problema



Nota: Elaboración propia.

2.2 Población beneficiaria

Se identificó tres grupos principalmente beneficiarios:

Psicólogas: Con el proyecto, se reducirá drásticamente las horas dedicadas para la búsqueda, diseño y creación de los materiales didácticos, lo que les permite enfocarse y preparar sin apuros las sesiones pedagógicas de los niños. Al acceder a este nuevo material, también refuerza y estandariza su calidad de trabajo ante su público y redes, proyecta una imagen de marca con mayor personalización y seguridad frente a las familias.

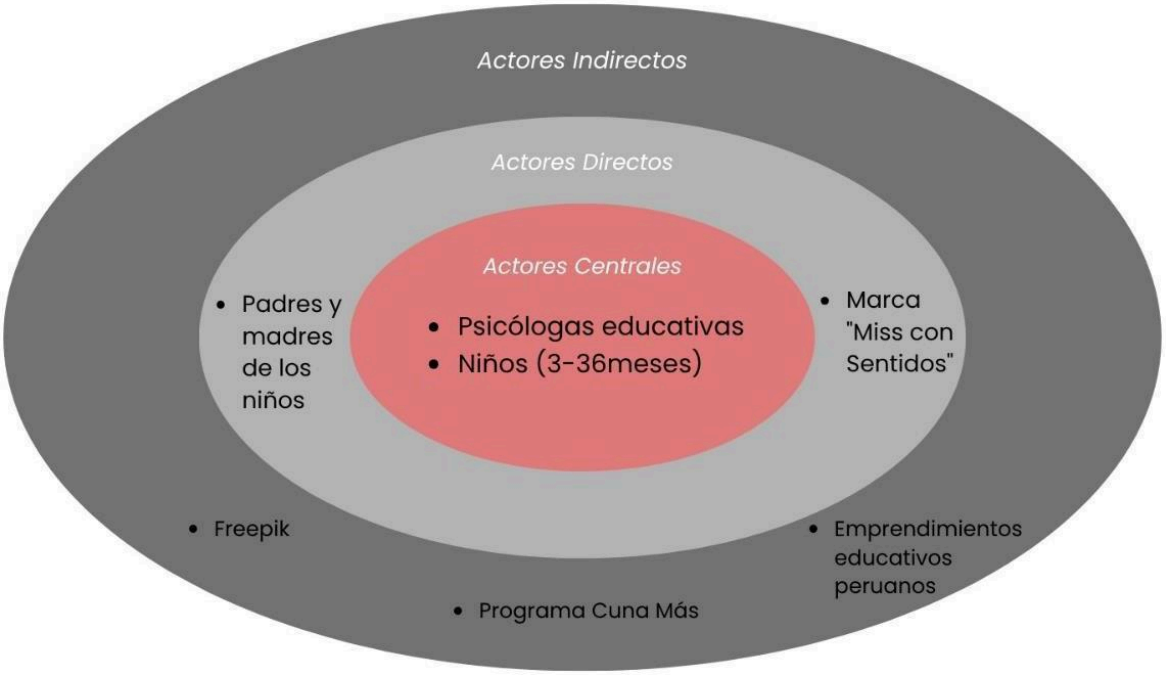
Padres y madres: Al tener una alta conciencia sobre la importancia del desarrollo infantil de sus hijos, esperan un servicio comprometido con ello. Por eso, con la marca encontrarán una estimulación más eficiente y profesional, donde reconocerían a la psicóloga de forma segura. Sus hijos interactuaron ante este material nuevo con mayor

atención, al ser visualmente atractivos y diseñados de forma coherente con el tema tratado en su sesión. Percibirán una mayor personalización del servicio, además de ser un material de alta calidad para ellos.

Niños de 03 a 36 meses de edad: Contarían con una intervención pedagógica más diseñada y estructurada, dónde encontrarán un material que captaría su atención rápidamente, todo ello seguro desde su propio hogar junto con sus padres. Lo que contribuye a su desarrollo integral en su primera etapa de infancia.

El proyecto tiene un impacto en cadena, dado que mejora la herramienta de trabajo para la psicóloga especializada lo cual lleva a brindar un mejor servicio para la familia que confía el desarrollo de sus hijos en la marca y, por último, ayuda a mejorar el desarrollo de los niños.

Figura 2: Mapa de actores



Nota: Elaboración propia.

2.3 Objetivos del proyecto

2.3.1 Objetivo general

Diseñar y validar una línea gráfica de ilustraciones didácticas para la marca Miss con Sentidos que reduzca el tiempo de preparación de sesiones en un 60% (de 10–15 horas a 4–6 horas semanales por psicóloga), fortalezca su identidad visual en un 80% de coherencia gráfica y sea validada pedagógicamente en al menos 12 sesiones reales con niños de 3 a 36 meses de edad en Lima.

2.3.2 Objetivos específicos

Objetivo 1: Definir las necesidades específicas de materiales didácticos ilustrados en las áreas de desarrollo sensorial, lenguaje y motricidad para niños de 3 a 36 meses, mediante 3 entrevistas a las psicólogas a cargo y bajo la observación de sesiones reales con los niños.

Objetivo 2: Diseñar y producir un conjunto base de 10 a 15 ilustraciones didácticas originales, organizado en 3 sets temáticos (sensorial, lenguaje, motricidad) y categorizado por 2 rangos de edad clave (3-18 meses y 19-36 meses), asegurando una coherencia visual del 100% con la identidad de la marca y aplicando los principios de diseño centrado en el usuario y psicología del color.

Objetivo 3: Elaborar una guía básica de uso en formato digital (PDF) que incluya recomendaciones de implementación y cuidados del material ilustrado, para ser entregada a las psicólogas participantes al finalizar las pruebas.

Objetivo 4: Validar la funcionalidad y aceptación del set piloto mediante pruebas en 3 sesiones reales con psicólogas y niños en 4 distritos de Lima (San Martín de Porres, Los Olivos, Comas, Pueblo Libre), recogiendo el feedback mediante la psicóloga a cargo.

2.4 Marco referencial

Diversos estudios a nivel nacional e internacional muestran precedentes del proyecto. En el ámbito conceptual, Huepp Ramos (2021) sustenta que la estimulación temprana

constituye un conjunto de acciones esenciales para promover el desarrollo infantil en condiciones óptimas, destacando su aplicación durante la etapa de mayor plasticidad cerebral. Sin embargo, existe una brecha entre esta base teórica y los recursos disponibles para los profesionales.

Existen plataformas de recursos como Pixabay o Freepik donde ofrecen ilustraciones gratuitas y de forma de pago, pero teniendo un enfoque genérico, no especializado en temas recurrentes en la estimulación temprana, lo que obliga a la psicóloga invertir tiempo en la búsqueda y adaptación de material. Por otro lado, hay otros medios como las plataformas Kinedu o BabySparks donde se utilizan ilustraciones y actividades guiadas para padres e hijos, pero son experiencias digitales lo que limita para ser utilizado como recurso para las sesiones que son presenciales. También hay material didáctico físico de empresas peruanas que venden kits de estimulación, sin embargo, son estandarizados y poco personalizables y representan un costo alto y fijo para la marca.

A nivel regional, estudios como el de Moreno y Díaz (2022) abordan específicamente el diseño y validación de materiales didácticos sensoriales para la primera infancia en Latinoamérica, evidenciando una demanda y un marco de desarrollo relevante para el presente proyecto.

De manera internacional, se tomó en cuenta lo siguiente:

Teoría del desarrollo cognitivo de Jean Piaget: Se postula que los niños atraviesan etapas sensoriales y estimulantes en sus primeros años, donde el aprendizaje se va construyendo mediante la interacción con su entorno y los objetos que lo acompañan diariamente. Por ello, mediante la línea gráfica propuesta, se diseñará para responder a las capacidades específicas de cada etapa del niño.

Diseño Centrado en el Usuario (DCU): La metodología de diseño no se basará únicamente en el criterio estético, sino en un proceso de investigación con

la psicóloga y consideración de las necesidades del niño. Esto garantiza que las ilustraciones sean funcionales, comprensibles y eficaces al momento de su uso.

Psicología del Color y la Forma: La teoría del color aplicada a la primera infancia señala que los colores primarios y contrastantes captan mejor la atención de los bebés, mientras que las formas simples y definidas son más fáciles de procesar visualmente (Cheng & Uttal, 2020).

En el ámbito local, no hay actualmente un producto idéntico en el mercado peruano, pero de igual forma se observa una tendencia creciente que valida esta necesidad de materiales didácticas.

Iniciativas Públicas: Programas como Cuna Más utilizan materiales visuales estandarizados para sus sesiones de cuidado, demostrando la efectividad de contar con recursos gráficos unificados en intervenciones de desarrollo infantil, aunque en un contexto de política pública y a gran escala.

Emprendimientos de Educación: El crecimiento de emprendimientos educativos peruanos dirigidos a la primera infancia; como cuentas en redes sociales especializadas o pequeños negocios de materiales Montessori, evidencian una demanda de recursos de calidad tanto para los profesionales en el ámbito educativo, como también para los padres interesados en el desarrollo de sus hijos.

2.5 Proceso creativo y experimentos

2.5.1 Información sobre el usuario

Se creó un arquetipo de usuario siguiendo el perfil de una psicóloga de la marca Miss con Sentidos, que realiza las sesiones de estimulación temprana a domicilio de lunes a viernes.

De acuerdo a lo recopilado, los hallazgos del estudio revelaron insights críticos sobre las necesidades de la usuaria. Primero se identificó que, invierte muchas horas en la

creación de materiales, trabajando hasta altas horas de la noche y sacrificando tiempo personal, lo que genera una carga emocional y económica también al tener que comprar más papelería para la creación de este material. Segundo, la necesidad de recorrer el centro de Lima en busca de materiales económicos representa una pérdida de tiempo, causando frustración por el tiempo mal invertido. Y, por último, la dependencia de ayuda constante a otros para completar los materiales para sus sesiones programadas.

Estos hallazgos tienen implicaciones directas para el diseño de la solución. Estas necesidades buscan resolver este problema de pérdida de tiempo en la creación de material, con una optimización que resuelva el tiempo de preparación, ayudaría al usuario a concluir su jornada de trabajo como también reducir gastos y dependencia de otros en la preparación de ello.

Figura 3: Arquetipo de usuario



Nota: Elaboración propia.

2.5.2 Información sobre el Mercado

El área de materiales educativos en Lima, presenta una oportunidad significativa, en especial por el creciente interés de los padres de familia por el desarrollo infantil de sus hijos. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2023), en Lima Metropolitana existen aproximadamente 150,00 niños entre 0 y 3 años, lo que representa un mercado potencial para el servicio de estimulación temprana. Esta base de población objetiva, combinada con el fuerte interés de los padres en la educación de sus hijos, crea condiciones favorables para las soluciones educativas como Miss Dibujos con Sentidos.

De igual forma, también se considera un análisis competitivo. En primer lugar, las plataformas digitales como Kinedu o BabySparks con un enfoque virtual pero que carece de adaptación al contexto peruano y de materiales físicos. En segundo lugar, los materiales genéricos de papelerías, que tienen un fuerte alcance también al ser de precio económico y de creación masiva, pero no cuentan con una validación pedagógica ni identidad de marca consolidada al ser creada en grandes cantidades. Y por último, emprendimientos locales con materiales premium con marcas como Montessori, aunque con enfoques pedagógicos diferentes al modelo de estimulación de Miss con Sentidos.

La principal ventaja competitiva de Miss Dibujos con Sentidos está en su integración total con la metodología e identidad de la marca, dado que ofrece una coherencia visual que ningún competidor puede igualar al ser propia.

El desarrollo de la línea ilustrada, enfrenta barreras que una vez superadas, se convierten en ventajas competitivas. Una de las barreras, sería la validación pedagógica, porque requiere de una colaboración directa de un especialista en el desarrollo infantil para garantizar la efectividad de las ilustraciones. También, la inversión inicial de contratar un diseñador con conocimiento en el tema de educación infantil. Y, por otro lado, el desarrollo de una identidad visual coherente con la marca, requiere de una comprensión y entendimiento entre la marca y la nueva línea, que entienda los valores de la marca y capacidad de crear nuevos recursos educativos.

Conociendo el alcance actual de la marca, lo esperado inicialmente se concentra en los distritos de Lima donde la marca actualmente opera: San Martín de Porres, Lince, Pueblo Libre, San Miguel y Los Olivos. En estos distritos se podrá validar la efectividad de la solución en contextos reales. Se proyecta atender inicialmente a las psicólogas de la marca, estimado en 15 profesionales que realizan aproximadamente 30 sesiones mensuales en promedio. Donde gradualmente se podrá expandir a nuevos distritos de Lima, según la capacidad de producción y de demanda generada.

Nuestro objetivo de mercado lo constituyen las psicólogas especializadas que realizan la estimulación temprana, ellas valoran principalmente la eficiencia en la preparación de estas sesiones, la coherencia con la metodología de la marca y el ahorro de tiempo en la creación de materiales. Al ser las usuarias directas, su satisfacción en el proyecto determina el éxito de esta línea gráfica. Por otro lado, el mercado secundario, viene a ser los niños y sus padres. Se podrá valorar cómo reaccionan ellos ante esta línea ilustrada, cómo las sesiones de estimulación se vuelven más efectivas y valoradas por los niños como sus padres.

Por último, considerando el alcance actual de la marca, la demanda potencial de la línea ilustrada varía en cada psicóloga con sus sesiones programadas. Si una de ellas, realiza en promedio 30 sesiones programadas, tendría 30 temas distintos que desarrollar y crear material para ello, necesitaría material específico para cada una, desarrollando entonces 30 sets de material ilustrado. Esta cifra podría incrementarse durante el primer año de implementación, conforme las psicólogas incorporen más materiales en su trabajo.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Se distingue por su enfoque adaptado a la metodología de Miss con Sentidos, ofreciendo ilustraciones que implementan la identidad visual de la marca. Su diseño permite adaptarse a cada sesión personalizada, mientras que su sistema unificado garantiza coherencia visual en todas las intervenciones. Los materiales se caracterizan por su alta calidad pedagógica, validada para niños de 3 a 36 meses, y su capacidad para reducir significativamente el tiempo de preparación de sesiones.

Opera principalmente dentro del servicio de estimulación temprana de Lima Metropolitana, exclusivamente de la marca, utilizado en sus sesiones personalizadas realizadas en el ambiente familiar, facilitando la participación de los padres y manteniendo la identidad de marca.

Figura 4: Ruta para conceptualizar



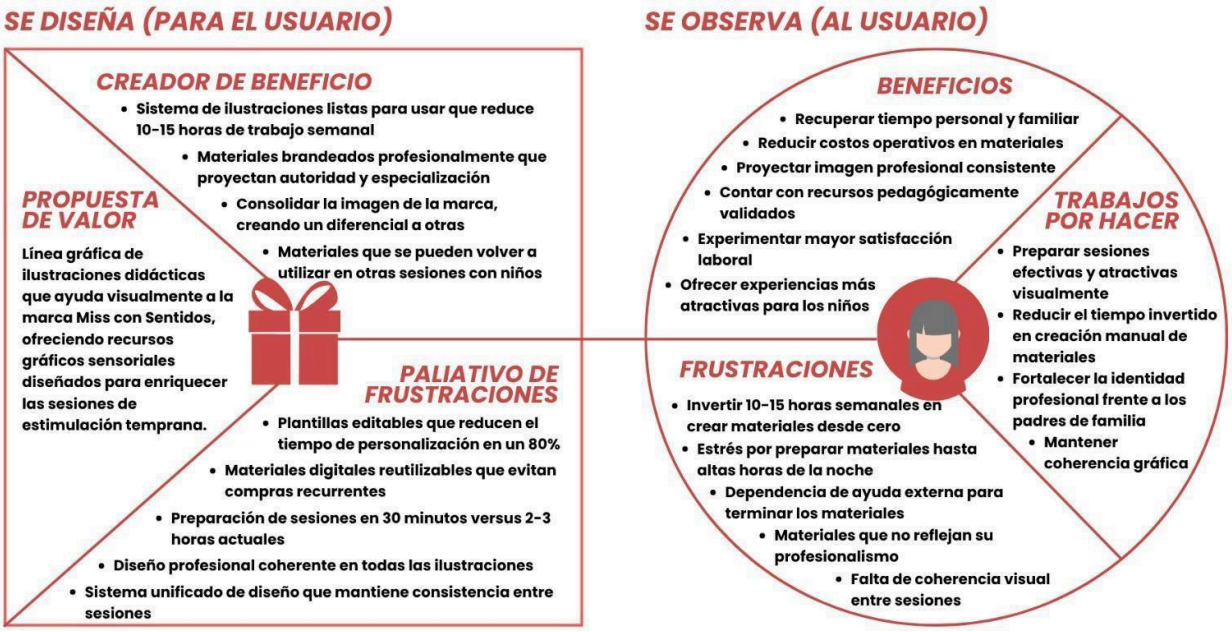
Nota: Elaboración propia.

Sobre la propuesta de valor, Miss Dibujos con Sentidos consiste en una línea gráfica de ilustraciones didácticas listas para usar, diseñada exclusivamente para la marca Miss con Sentidos. Su principal objetivo es resolver el problema central de las psicólogas: la dedicación excesiva de tiempo a la creación manual de materiales. Al ofrecer recursos gráficos especializados y organizados, reduce el tiempo de preparación de sesiones en

más del 60%, fortalece la identidad visual de la marca y asegura coherencia pedagógica en todas las intervenciones.

Esta propuesta genera un triple valor: para la psicóloga, ahorra tiempo y reduce el estrés operativo; para la marca, refuerza su imagen profesional y reduce costos en materiales; y para los niños y familias, mejora la calidad y atractivo de las sesiones de estimulación. Al estar totalmente integrada al método de trabajo de Miss con Sentidos, se diferencia de cualquier otro material genérico en el mercado, posicionándose como una herramienta estratégica y sostenible dentro del servicio de estimulación temprana en Lima.

Figura 5: Canvas de propuesta de valor



Nota: Elaboración propia.

2.5.4 Diseño de producto/servicio

Formato físico: El producto consiste en sets de ilustraciones impresas en cartulina de alta durabilidad (350 gr) con acabado laminado mate anti reflectante, dimensionadas para manipulación infantil (15x15 cm) y con un protector de mica para su reutilización futura. Cada set incluye entre 3-5 ilustraciones organizadas

en carpetas de los temas más hechos en las sesiones. Los materiales empleados son resistentes al agua y de fácil limpieza, garantizando una vida útil prolongada.

Formato digital: También se ofrece un acceso a una carpeta digital en dónde estará en formato PDF de alta resolución la línea ilustrada permitiendo la reimpresión de materiales bajo demanda. Los archivos están optimizados para impresión doméstica y profesional, manteniendo la calidad de color y definición en diferentes soportes.

Proceso de implementación: El servicio opera mediante un sistema de entrega quincenal de nuevos sets temáticos, coordinado con la planificación de Miss con Sentidos. Cada entrega incluye: guía metodológica con sugerencias de actividades, set de ilustraciones físicas, y acceso a versiones digitales. Las psicólogas reciben capacitación inicial sobre el uso óptimo de los materiales y soporte continuo para resolver dudas específicas de implementación.

Triple balance

- **Social:** El diseño promueve el acceso a materiales de calidad, independientemente de la ubicación geográfica o recursos económicos individuales de las psicólogas. Además, fortalece el vínculo familia-profesional mediante recursos que facilitan la participación activa de los padres.
- **Económico:** El modelo de producción optimizado reduce costos en un 40% comparado a la creación individual de materiales, logrando ahorros significativos para la marca. La durabilidad de los materiales extiende su vida útil a 6-8 meses de uso intensivo, comparado a los 1-2 meses de materiales artesanales.
- **Ambiental:** Reduce el consumo de materiales desechables en un 60%, utilizando cartón reciclado y tintas ecológicas en todos los productos. El sistema de reposición minimiza el inventario obsoleto, y el formato digital complementario reduce la necesidad de reimpresiones frecuentes.

El proyecto se alinea directamente con el Objetivo de Desarrollo Sostenible 4: Educación de Calidad, específicamente con la meta 4.2, que *busca asegurar que todos los niños y niñas tengan acceso a servicios de atención y desarrollo en la primera infancia de calidad, a fin de que estén preparados para la enseñanza primaria*. Al proporcionar ilustraciones didácticas validadas pedagógicamente para niños de 3 a 36 meses, el proyecto contribuye a este objetivo al mejorar la calidad y efectividad de las sesiones de estimulación temprana, un componente fundamental del desarrollo infantil temprano.

Además, la propuesta incorpora principios de la meta 4.7, al promover estilos de aprendizaje inclusivos y materiales sostenibles. El diseño ecológico de los recursos, junto con su enfoque centrado en la accesibilidad y la participación familiar, fomenta una cultura de calidad educativa y responsabilidad ambiental desde los primeros años de vida, apoyando la formación de bases sólidas para un desarrollo sostenible.

Diseño centrado en el usuario

- **Ergonomía y seguridad:** Cuenta con las esquinas redondeadas y el tamaño adecuado para las manos infantiles, lo que previene accidentes durante la manipulación. Los materiales cumplen con normas de seguridad infantil, siendo libres de componentes tóxicos y resistentes a rasgaduras que podrían generar piezas pequeñas.
- **Sistema de organización:** Con un código de color por área de desarrollo (azul: sensorial, amarillo: lenguaje, verde: motricidad) y un sistema de iconografía por rango de edad permiten la identificación rápida y la gestión eficiente del material por parte de las psicólogas durante la preparación de sesiones.

  Este enfoque está basado en entender profundamente las frustraciones y necesidades de las psicólogas (Norman, 2013).

2.5.5 Modelo de Negocio

Este producto está dirigido exclusivamente a la marca Miss con Sentidos, operando bajo la producción de bajo demanda con entregas programadas. La propuesta se sustenta bajo tres pilares: el desarrollo de la línea gráfica exclusiva que fortalece la identidad visual de la marca, la producción física del material didáctico adaptado a la metodología de la marca y, la capacitación a las psicólogas de cómo y cuándo utilizar esta línea cuando lo necesiten. Este enfoque asegura que la solución no solo entregue un producto, sino que se integre con el proceso de servicio de la marca.

La comercialización se realiza mediante un sistema de precios por paquetes gráficos. Como se puede demostrar en la figura 13, la estructura de costos permite a la marca visualizar los precios de forma transparente y planificar su inversión para obtener el retorno esperado.

Para que se pueda demostrar al público objetivo, primero se haría mediante las sesiones ya programadas de la marca, dónde el padre podrá ver cómo su hijo interactúa con el material nuevo y a la vez, crecer su relación con la marca al fortalecer su identidad. Por otro lado, también a través de reuniones en videollamadas con los prospectos de clientes, en dónde se mostrará el material que se usaría en las sesiones de estimulación con sus hijos. Y por último, al aire libre en parques públicos dónde las psicólogas interactúan con los niños en conjunto a la vista de sus padres, aquí los niños podrán escoger libremente el material y jugar con una de las psicólogas.

La relación con el cliente se centra en mantener la confianza y calidad que ya posee la marca, incorporando los nuevos materiales de manera orgánica a las sesiones. Asegurando que la propuesta de valor se mantenga alineada con los objetivos del negocio, fortaleciendo su posición en el mercado de la estimulación temprana en Lima.

Figura 6: Canvas de modelo de negocio



Nota: Elaboración propia.

2.5.6 Resultados esperados

Cuando la propuesta entre en contacto con las psicólogas de la marca, se espera un cambio significativo en su experiencia laboral diaria. Ellas experimentarán una reducción inmediata del estrés asociado a la preparación de materiales, pasando de dedicar 10-15 horas semanales en creación manual, a unas 3-4 horas. Este cambio liberará tiempo valioso que podrán invertir en actividades de desarrollo profesional o personal, mejorando su calidad de vida y previniendo el desgaste profesional.

El resultado ideal incluye un aumento del 60% en la eficiencia de la preparación de sesiones, permitiendo a las psicólogas enfocarse en la interacción pedagógica con los niños. Se proyecta que el 90% de las usuarias reportarán mayor satisfacción laboral, al contar con materiales que reflejan consistentemente la identidad de la marca.

Para los niños y familias usuarias, la implementación generará sesiones más estructuradas y atractivas visualmente. Se espera observar un incremento del 40% en la

atención de los niños durante las sesiones, gracias al diseño pedagógico y didáctico optimizado por las ilustraciones.

Los materiales al ser coherentes y progresivos, facilitarán el seguimiento del desarrollo infantil y permitirán a los padres comprender más fácilmente los objetivos de cada sesión. La experiencia familiar se verá enriquecida mediante los recursos visuales que fortalecen el reconocimiento de la marca y generan confianza en el servicio.

A nivel corporativo, Miss con Sentidos consolidará su posicionamiento como marca en el sector de estimulación temprana en Lima. La línea gráfica unificada se convertirá en un diferenciador clave, proyectando una imagen de profesionalismo que distingue a la marca de competidores que utilizan materiales genéricos. Se proyecta un incremento del 25% en el valor percibido del servicio por parte de las familias, debido a la coherencia visual de todas las sesiones y materiales, fortaleciendo el reconocimiento de marca.

Por último, se espera una reducción del 50% en los costos variables asociados a la compra de materiales de papelería, así como la eliminación de gastos imprevistos en insumos. La estandarización de los procesos de preparación permitirá una mejor planificación de las sesiones, apoyando el crecimiento de la marca. En términos de impacto ambiental la propuesta lo reducirá significativamente, al disminuir el consumo de materiales desechables y optimizar el uso de recursos. Este aspecto no solo representa un beneficio ecológico, sino que se alinea con las expectativas de consumidores conscientes con el medio ambiente, añadiendo valor a la línea gráfica.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Baja definición: Se desarrolló mediante bocetos digitales en la aplicación Procreate para iPad, representando el tema: "Ejercicios para Fortalecer la Lengua". Se escogió este tema, dado que es recurrente de realizar en las sesiones estimulantes de los niños de 1 año y medio. Este enfoque permitió una exploración rápida de conceptos visuales y la distribución de elementos dentro de cada tarjeta. Estos bocetos en grises, ayudaron con la composición y claridad visual, representando los 4 ejercicios principales de la lengua

para niños. Se realizó en tamaños pequeños de aproximados 15x15cm con bordes redondeados para evitar accidentes con las puntas. Este prototipo permitió validar con las psicólogas la secuencia lógica de ejercicios y la comprensión inmediata de las instrucciones visuales antes de proceder a la producción final.

Figura 7: Prototipo de baja definición



Nota: Elaboración propia.

Alta definición: Consistió en tarjetas impresas a todo color en cartón laminado de 350 gr, representando la versión final del material listo para su uso en sesiones domiciliarias. Cuentan con un acabado en mate e ilustraciones de alta resolución con colores llamativos sin perder la esencia de la marca, además de una tipografía legible acorde a la edad de los niños. También con elementos táctiles incorporados mediante un relieve suave en áreas clave de la interacción. Este prototipo no sólo valida la efectividad del diseño, sino que establece el estándar de calidad para los siguientes sets temáticos de la línea Miss Dibujos con Sentidos, demostrando la viabilidad de producción y el impacto positivo en la experiencia de estimulación temprana.

Paralelamente a las tarjetas de ejercicios específicos, se desarrolló una línea de dibujos temáticos ilustrados (ver Figura 8, sección inferior). Estos sets están diseñados para objetivos de estimulación más amplios, como el reconocimiento visual, la categorización y la adquisición de vocabulario (García & Martínez, 2020). Los prototipos incluyeron temáticas recurrentes y motivadoras para la primera infancia, como animales de granja, animales variados y elementos de Navidad.

Cada ilustración temática fue creada con los mismos principios de diseño centrado en el usuario y psicología del color aplicados a las tarjetas (Norman, 2013; Cheng & Uttal, 2020). Se utilizaron formas simples, contornos definidos y una paleta de colores primarios y contrastantes para maximizar la captación de atención y facilitar el procesamiento visual por parte de los bebés y niños pequeños. Estos dibujos son versátiles y pueden utilizarse en diversas actividades: señalización, denominación, clasificación por categorías o como base para narrar historias simples, apoyando así el desarrollo del lenguaje y el pensamiento asociativo.

Figura 8: Prototipo de alta definición

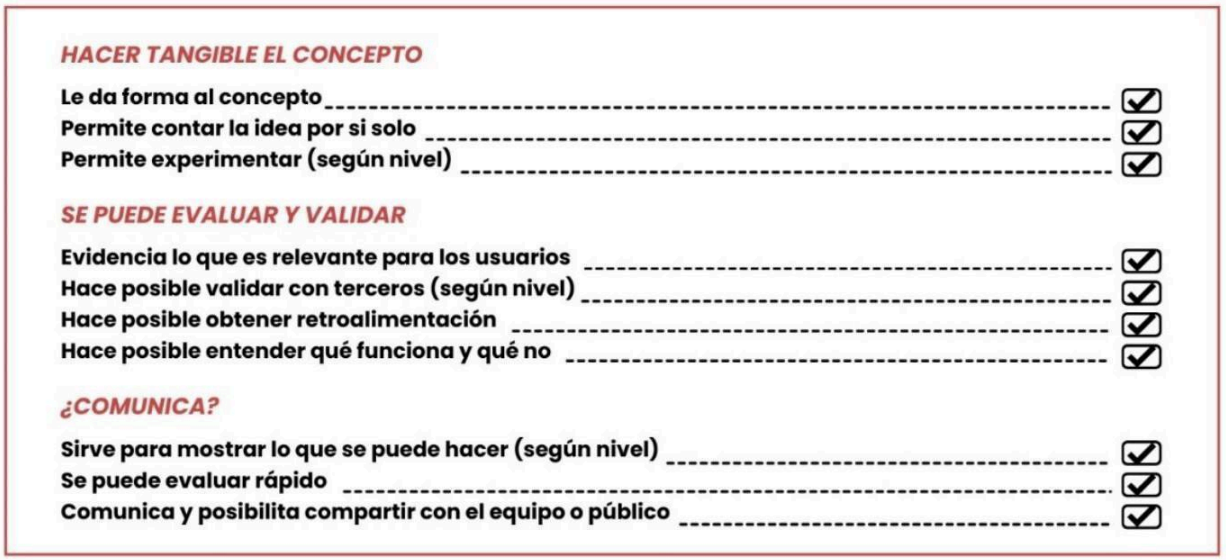


Nota: Elaboración propia.

Los prototipos de alta fidelidad integraron un formato dual: tarjetas físicas impresas en cartulina laminada de 350 g y archivos digitales de alta resolución. Las tarjetas físicas,

con dimensiones seguras (15x15 cm), esquinas redondeadas y acabado mate antirreflectante, fueron diseñadas para la manipulación directa y la interacción sensorial durante las sesiones domiciliarias. Paralelamente, las ilustraciones se proporcionaron en formato digital (PDF de alta calidad), permitiendo a las psicólogas reimprimir, ajustar o proyectar los materiales según las necesidades de cada sesión, una estrategia que optimiza recursos y se alinea con modelos de diseño educativo flexible (Sánchez & Rojas, 2022). La inclusión de elementos táctiles en las tarjetas físicas, como relieves suaves, responde a la importancia de la estimulación multisensorial en el aprendizaje infantil (Nielsen, 2018). Esta dualidad de formatos no solo incrementa la vida útil y versatilidad del material, sino que también reduce el uso de insumos desechables, contribuyendo a un enfoque de diseño sostenible en materiales educativos (Fernández & Torres, 2021). Los prototipos fueron validados en contextos reales, donde tanto el soporte físico como el digital demostraron facilitar la preparación de sesiones y potenciar la atención e interacción de los niños.

Figura 9: Checklist de prototipado



Nota: Elaboración propia.

2.5.8 Experimentos

Método: El proceso se diseñó con un enfoque cuantitativo basado en encuestas, dirigido a recoger la percepción de los usuarios finales sobre los prototipos desarrollados.

La encuesta fue realizada por los 15 profesionales que conforman el equipo de la marca Miss con Sentidos. De estos, 12 se desempeñan como psicólogas especializadas en estimulación temprana y 3 ocupan cargos de administración pero que también cumplen el papel de psicólogas en la marca. En cuanto a su experiencia, más de la mitad cuenta con entre 1 y 3 años de trabajo en el área, y la mayoría atiende a niños de todos los rangos de edad entre 3 y 36 meses.

Instrumento y Medidas: Se elaboró un cuestionario digital mediante Google Forms, estructurado en tres partes (ver en el Anexo 1). La primera parte recopiló información sobre la experiencia profesional, el tiempo dedicado a la preparación de materiales y el nivel de satisfacción con los recursos gráficos utilizados previamente. La segunda parte presentó los prototipos de diseño, las tarjetas didácticas de ejercicios de lengua y los dibujos temáticos de animales y navidad, y evaluó, mediante escalas de valoración y preguntas de opción múltiple, dimensiones específicas como el atractivo visual para la primera infancia, la adecuación cromática, la claridad pedagógica de las ilustraciones, la claridad para los objetivos de estimulación y el potencial de ahorro de tiempo. La tercera parte incluyó preguntas abiertas para recoger sugerencias de mejora y necesidades de nuevos contenidos.

Procedimiento: Una vez finalizados los prototipos de alta fidelidad, se envió el enlace del cuestionario a toda la planta profesional de la marca. La participación fue anónima y voluntaria. El análisis de los datos se realizó a partir de las estadísticas descriptivas generadas por la plataforma (porcentajes y promedios) y de un análisis cualitativo simple de las respuestas abiertas para identificar tendencias y sugerencias recurrentes.

Resultados: Los datos obtenidos ofrecen una validación cuantitativa y cualitativa sólida de la propuesta de diseño. En el diagnóstico inicial, se confirmó la problemática que motiva el proyecto: el 73.3% de las psicólogas dedica entre 10 y 15 horas semanales a la preparación de materiales, y solo un 13.3% se mostró satisfecha con la calidad visual de los recursos que empleaba anteriormente.

La evaluación de los prototipos arrojó resultados muy positivos. El atractivo visual para niños de 1 a 3 años obtuvo un promedio de 4.67 sobre 5 para las tarjetas y de 4.80 para los dibujos temáticos. La claridad pedagógica fue calificada como “muy clara” o “clara” por el 100% de las encuestadas en el caso de los dibujos, y por el 93.3% en el caso de las tarjetas.

Respecto a la utilidad práctica, el 93.3% consideró que los dibujos cubrirán total o mayoritariamente las necesidades de sus sesiones. La hipótesis central de optimización del tiempo se vio fuertemente respaldada: el 80% estimó que el uso de los dibujos les ahorraría más de 30 minutos por sesión, y el 60% opinó lo mismo sobre las tarjetas. La disposición a recomendar el material fue del 100% para los dibujos y del 86.7% para las tarjetas, con una puntuación global del material de 4.80 sobre 5.

Por otro lado, el 40% de las profesionales sugirió considerar ajustes en el tamaño de las ilustraciones. Asimismo, se identificó una demanda explícita por expandir la biblioteca gráfica hacia temas como la estimulación sensorial, el reconocimiento de emociones, los sonidos de animales y los movimientos corporales, lo que señala rutas claras para la futura evolución del proyecto.

Hallazgos: Los resultados del experimento validan de manera integral las hipótesis de diseño planteadas. En primer lugar, se confirma que la línea gráfica “Miss Dibujos con Sentidos” es percibida por las especialistas como un recurso visualmente atractivo, pedagógicamente claro y altamente pertinente para la estimulación temprana. En segundo lugar, los datos demuestran que la solución tiene un alto potencial para resolver el problema operativo central, al reducir significativamente el tiempo dedicado a la preparación de materiales. Las sugerencias de mejora y los temas solicitados no invalidan el diseño actual, sino que proporcionan una valiosa guía para su iteración y escalabilidad.

En conclusión, la validación con las usuarias finales corrobora que el proyecto cumple con su objetivo de fortalecer la identidad visual de la marca y de ofrecer una herramienta didáctica eficiente y de calidad, sentando las bases para su implementación y desarrollo futuro.

Figura 10: Tabla receptora



Nota: Elaboración propia.

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto Miss Dibujos con Sentidos constituye una solución de diseño gráfico aplicado que desarrolla una línea de ilustraciones didácticas lista para usar, creada específicamente para las psicólogas de la marca Miss con Sentidos. Su propuesta de valor central radica en liberar tiempo y reducir el estrés operativo de las profesionales, al eliminar la necesidad de búsqueda y creación manual de materiales. Esto se traduce en un ahorro proyectado de 10 a 15 horas de trabajo semanal, permitiendo que el tiempo se reoriente hacia la planificación pedagógica y la interacción directa con el niño, un principio clave del diseño centrado en el usuario aplicado a entornos educativos. Además, la solución fortalece la identidad visual de la marca mediante una línea gráfica coherente y profesional, que transmite especialización y confianza a las familias.

El modelo de negocio está diseñado como un servicio integral y exclusivo para la marca. Se sustenta en la producción bajo demanda de materiales físicos de alta durabilidad y en el suministro de un banco digital de ilustraciones. Los ingresos

provienen de un esquema combinado que incluye un desarrollo inicial de la línea gráfica y un soporte continuo con actualizaciones temáticas, asegurando su adaptación a las necesidades cambiantes del servicio. Este modelo prioriza la creación de valor a largo plazo sobre la venta aislada de un producto, alineándose con estrategias contemporáneas de negocios en el sector creativo-educativo.

Sostenibilidad del proyecto: Se estructura en tres dimensiones conectadas. En el ámbito social, el proyecto mejora la calidad del servicio educativo y la satisfacción laboral de las psicólogas, a la vez que involucra más a las familias en el proceso de estimulación. En el plano económico, se generan ahorros significativos al reducir en aproximadamente un 40% los costos recurrentes en materiales de papelería y al extender la vida útil de los recursos. Ambientalmente, el proyecto es sostenible porque utiliza materiales ecológicos y reciclables, reduce el consumo de insumos de un solo uso en un 60% y promueve un ciclo de producción y consumo responsable, integrándose así a un marco de desarrollo sostenible aplicado al diseño.

Plan de actividades: El plan de implementación futura se deriva directamente de los resultados de la validación experimental con las psicólogas. La primera fase de nueva iteración se concentrará en atender los ajustes sugeridos, principalmente en el tamaño de las ilustraciones, y en desarrollar los nuevos temas más solicitados, como ejercicios sensoriales, reconocimiento de emociones y sonidos de animales. Esto se realizará mediante ciclos cortos de diseño y prueba. Posteriormente, la fase de réplica interna buscará que el 100% de las psicólogas de la marca estén capacitadas y utilicen todo el material disponible, integrando completamente la línea gráfica en su flujo de trabajo. Finalmente, la masificación controlada explorará la expansión del servicio a nuevos distritos y el desarrollo de una plataforma digital accesoria que facilite la gestión y escalabilidad del proyecto, respondiendo a la oportunidad identificada en el mercado.

Recursos necesarios: Para su ejecución, el proyecto requiere de un equipo de diseño especializado, asesoría pedagógica continua para la validación de contenidos y alianzas con proveedores locales para la producción física sostenible. Los recursos tecnológicos se centran en software de diseño gráfico y plataformas de gestión digital, mientras que los materiales priorizan insumos ecológicos y duraderos. La distribución eficiente de estos recursos garantiza que la solución no solo sea innovadora en su diseño, sino también viable y replicable en su implementación.

III. Estimación de costos

La proyección financiera del proyecto Miss Dibujos con Sentidos tiene como objetivo transparentar todos los recursos necesarios para convertir la idea en un servicio real y evaluar su sostenibilidad económica a lo largo de un año. Este presupuesto no solo enumera números, sino que refleja la inversión en calidad, profesionalismo y el deseo de crear un impacto positivo en la comunidad de psicólogas y niños de Lima.

Metodología y puntos clave: Para construir un presupuesto realista, se tomaron como base cotizaciones actuales de proveedores locales de materiales ecológicos en el Centro de Lima y se consultaron estándares de honorarios para diseñadores gráficos especializados en el Perú (APDG, 2023). Un supuesto central es que la diseñadora; en este caso, yo, ya cuenta con las herramientas digitales esenciales para el trabajo creativo, como laptop, iPad y software de diseño, por lo que estos no representan un costo adicional de compra, sino herramientas de trabajo preexistentes. El presupuesto se proyecta a doce meses, cubriendo la fase inicial de desarrollo y el primer año de operación recurrente.

3.1 Presupuesto

Los costos totales del proyecto ascienden a S/ 22,540 para el primer año y se organizan en tres categorías principales, detalladas en el Anexo 2.

Materiales e Insumos (S/ 1,650): Representan el 7.3% del costo total e incluyen todos los elementos físicos necesarios para producir prototipos de alta calidad y las muestras que se presentan a la marca. Se priorizaron materiales ecológicos y duraderos, como cartulina de 350 gramos, tintas de base vegetal y laminado mate, que garantizan que las ilustraciones sean seguras para los niños y tengan una vida útil prolongada. Esta decisión, aunque incrementa ligeramente el costo inicial, está alineada con el compromiso de sostenibilidad ambiental del proyecto (Fernández & Torres, 2021).

Valor del Trabajo y Conocimiento Especializado (S/ 19,200): Constituye la mayor inversión (85.2% del total), lo que es común en servicios creativos donde el principal valor reside en el talento y tiempo humano. Esta partida se divide en:

- **Diseño y Gestión (S/ 17,200):** Corresponde a la remuneración por las horas dedicadas a investigar, conceptualizar, dibujar y ajustar cada ilustración, así como a coordinar todo el proyecto.
- **Asesoría Pedagógica (S/ 2,000):** Es un costo fundamental que garantiza la efectividad del producto. Se destina a contratar a una especialista en desarrollo infantil que valide que cada ilustración cumpla con los objetivos de estimulación temprana, asegurando que el material no solo sea bonito, sino también pedagógicamente sólido.

Gastos Operativos Básicos (S/ 1,690): Cubren los servicios esenciales para trabajar, como el consumo de energía eléctrica de los equipos y una conexión a internet robusta (S/ 1,560), necesaria para transferir archivos de gran tamaño y mantener una comunicación fluida con la marca. También incluye gastos administrativos únicos (S/ 130) como la impresión de un portafolio físico profesional para presentaciones.

Proyección de Ingresos: Los ingresos provienen de un modelo diseñado para ser claro y sostenible para la marca cliente, sumando S/ 30,800 en el primer año.

- **Desarrollo de la Línea Base (Mes 1):** La marca realiza una inversión inicial única de S/ 8,000 por la creación de toda la biblioteca gráfica fundamental y paga por adelantado S/ 1,200 por un año de soporte y actualizaciones menores.

- **Fase de Implementación (Meses 2 y 3):** Periodo sin nuevos ingresos, dedicado integralmente a capacitar a las psicólogas, realizar ajustes finos basados en su feedback y planificar la producción futura. Esta etapa es crucial para el éxito a largo plazo.
- **Producción Recurrente (Meses 4 al 12):** Una vez que el sistema está en marcha, se establece un ingreso estable de S/ 2,400 mensuales por el diseño y entrega de dos nuevos sets temáticos (por ejemplo, sobre emociones o sonidos de animales), respondiendo a las necesidades continuas de la marca.

Análisis de viabilidad: Al contrastar ingresos y costos, el proyecto demuestra ser financieramente viable. Se proyecta una utilidad de S/ 8,260 para el primer año, lo que representa un margen de ganancia del 27%. El análisis mensual revela una inversión inicial fuerte que se recupera rápidamente, permitiendo que, a partir del cuarto mes, el proyecto genere una utilidad mensual constante de S/ 675. Esto confirma que Miss Dibujos con Sentidos no es solo una propuesta creativa valiosa, sino también un servicio bien estructurado que puede sostenerse económicamente, generando un retorno justo por el trabajo de diseño especializado y creando un círculo virtuoso donde la marca invierte en una herramienta que optimiza su operación y la diseñadora puede dedicarse a un trabajo significativo y rentable.

IV. Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

El proyecto Miss Dibujos con Sentidos demostró ser una solución viable y efectiva ante la problemática identificada. Se logró diseñar una línea gráfica de ilustraciones didácticas que responde directamente a las necesidades de las psicólogas de la marca, optimizando significativamente su tiempo de preparación y fortaleciendo la identidad visual de Miss con Sentidos. La validación con las usuarias confirmó que el material es atractivo para los niños, pedagógicamente claro y percibido como una herramienta profesional que genera confianza en las familias. En conclusión, el proyecto no solo cumple con los objetivos de diseño planteados, sino que establece las bases para un servicio sostenible que agrega valor tangible al modelo de negocio de la marca.

Entre los hallazgos encontrados tenemos:

- **Validación de la necesidad:** Se confirmó que las psicólogas destinan entre 10 y 15 horas semanales a la creación manual de materiales, generando desgaste profesional.
- **Aceptación del diseño:** Las ilustraciones fueron calificadas con 4.8/5 en atractivo y claridad, y el 100% de las psicólogas recomendaría su uso.
- **Optimización del tiempo:** Se estimó que el material ahorraría más de 30 minutos por sesión en la preparación.
- **Demanda de expansión:** Se identificó una clara solicitud para desarrollar nuevos temas, especialmente sobre emociones, sonidos de animales y motricidad gruesa.

Próximos pasos para implementar y mejorar:

- **Fase de ajuste (0-2 meses):** Incorporar las mejoras sugeridas, principalmente el ajuste de tamaño en las ilustraciones, y desarrollar los primeros tres sets temáticos solicitados (emociones, animales, movimiento).
- **Implementación total (3-6 meses):** Capacitar a todas las psicólogas de la marca en el uso de la línea gráfica completa e iniciar el sistema de producción y reposición quincenal de materiales.
- **Escalabilidad (7-12 meses):** Desarrollar una plataforma digital básica para la gestión del banco de ilustraciones y explorar la expansión del servicio a nuevos distritos de Lima.

4.2 Recomendaciones

Para establecer un sistema de monitoreo y medir el impacto real del proyecto a partir de su implementación, hay que seguir lo siguiente:

- **Para las psicólogas:** Número de horas semanales dedicadas a la preparación de materiales (objetivo: reducción del 60%).
- **Para la marca:** Grado de coherencia visual percibida por los clientes en redes sociales y sesiones.

- **Para el proyecto:** Revisar el nivel de satisfacción de las psicólogas mediante encuestas recurrentes y considerar la solicitud de nuevos sets temáticos.

A largo plazo, la línea gráfica consolidada de Miss Dibujos con Sentidos abre la puerta a una valiosa extensión: el desarrollo de merchandising o productos tangibles de la marca. Los personajes y elementos visuales creados podrían materializarse en productos como peluches sensoriales, mantitas de actividades o kits para cumpleaños infantiles. Esto permitiría a las familias llevar una parte de la experiencia de estimulación a casa, fortalecería el vínculo emocional con la marca y crearía una nueva línea de ingreso. Este paso convertiría a Miss con Sentidos en un ecosistema más completo, donde el diseño gráfico no solo sirve a las sesiones profesionales, sino que se expande para acompañar el crecimiento y las celebraciones de los niños, siempre manteniendo la esencia pedagógica y sensorial que define a la marca.

V. Referencias Bibliográficas

Asociación Peruana de Diseñadores Gráficos. (2023). Guía de honorarios profesionales para el diseño gráfico en el Perú. APDG.

Brown, T. (2019). Design thinking: Una metodología para innovar. McGraw-Hill.

Cheng, L., & Uttal, D. H. (2020). El impacto de los colores y las formas en la atención y el aprendizaje temprano. Journal of Child Development.

Fernández, R., & Torres, L. (2021). Diseño de materiales educativos sostenibles para la infancia. Editorial EcoPedagógica.

García, L., & Martínez, P. (2020). Aprendizaje significativo y contexto emocional en la primera infancia. Editorial Educación Hoy.

Huepp Ramos, F. L. (2021). La estimulación temprana para el desarrollo infantil. Centro de Investigación Científico Técnica de la Universidad de Guantánamo en Cuba. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1729-80912021000400066&script=sci_arttext

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023). Estado de la Población Peruana 2023. Lima: INEI.

Interaction Design Foundation. (2024). User-centered design. https://www.interaction-design.org/literature/topics/user-centered-design

Manzini, E. (2015). Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation. MIT Press.

Moreno, C., & Díaz, J. (2022). Materiales didácticos sensoriales: diseño y validación para la primera infancia en contextos latinoamericanos. Revista Latinoamericana de Innovación Educativa.

Nielsen, L. (2018). El diseño multisensorial en la primera infancia. Revista de Innovación Educativa.

Norman, D. A. (2013). The design of everyday things. Basic Books.

Piaget, J. (2015). Teoría del desarrollo cognitivo de Piaget. Centro de Terapia Cognitiva. https://www.terapia-cognitiva.mx/wp-content/uploads/2015/11/Teoria-Del-Desarrollo-Cognitivo-de-Piaget.pdf

Sánchez, P., & Rojas, G. (2022). Recursos educativos digitales y su impacto en la práctica docente infantil. Revista Iberoamericana de Tecnología Educativa

VI. Anexos

6.1 Anexo 1 - Encuestas

Acepto que la información brindada en el siguiente formulario es verdadera y sé que será utilizada con fines de aprendizaje y estudio.

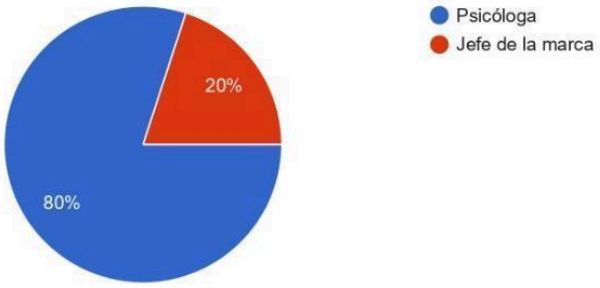
15 respuestas



INFORMACIÓN PROFESIONAL

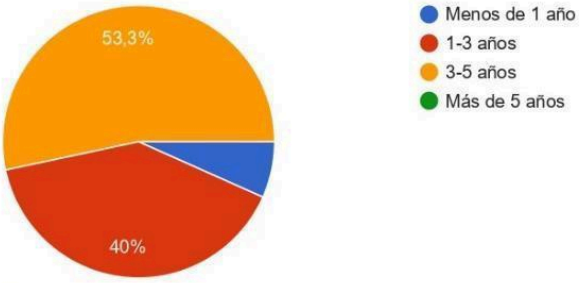
¿Cuál es tu relación con la marca Miss con Sentidos?

15 respuestas



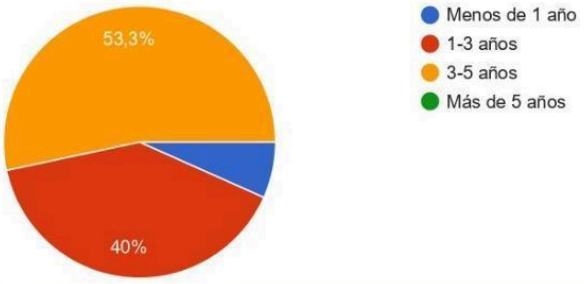
¿Cuántos años de experiencia tienes en estimulación temprana?

15 respuestas



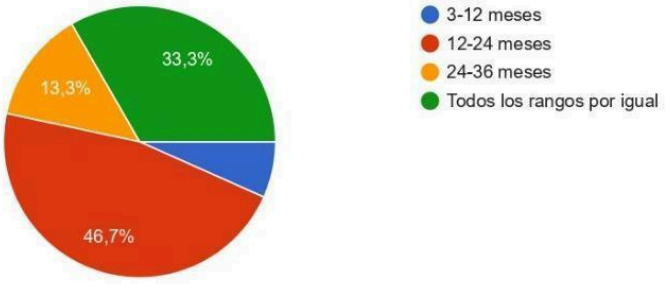
¿Cuántos años de experiencia tienes en estimulación temprana?

15 respuestas



¿Qué rango de edad atiendes principalmente?

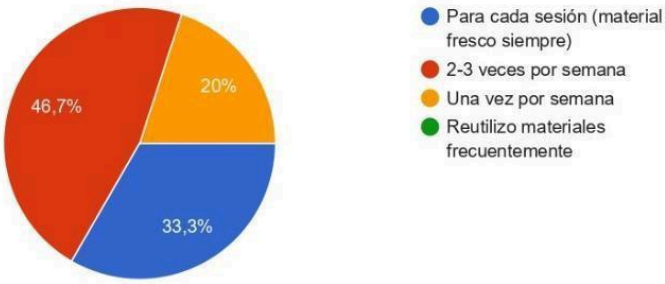
15 respuestas



SOBRE LA CREACIÓN DE MATERIALES

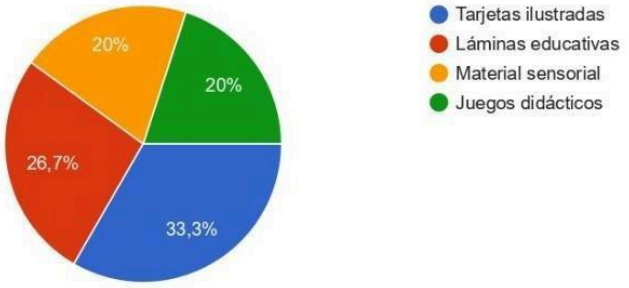
¿Con qué frecuencia creas material nuevo para tus sesiones?

15 respuestas



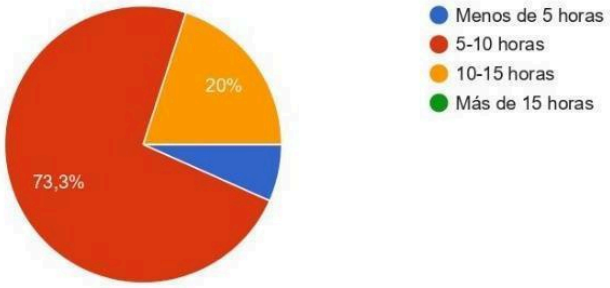
¿Qué tipo de material creas con más frecuencia?

15 respuestas



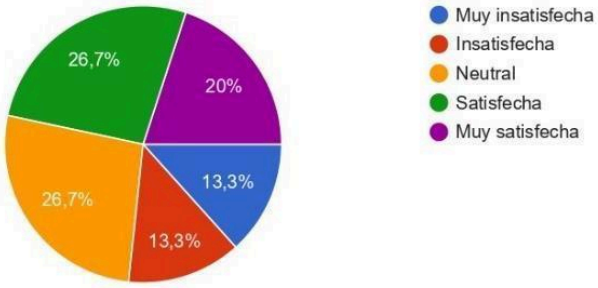
¿Cuántas horas semanales dedicas en promedio a la preparación de materiales?

15 respuestas



¿Qué tan satisfecha estás con la calidad visual de tus materiales actuales?

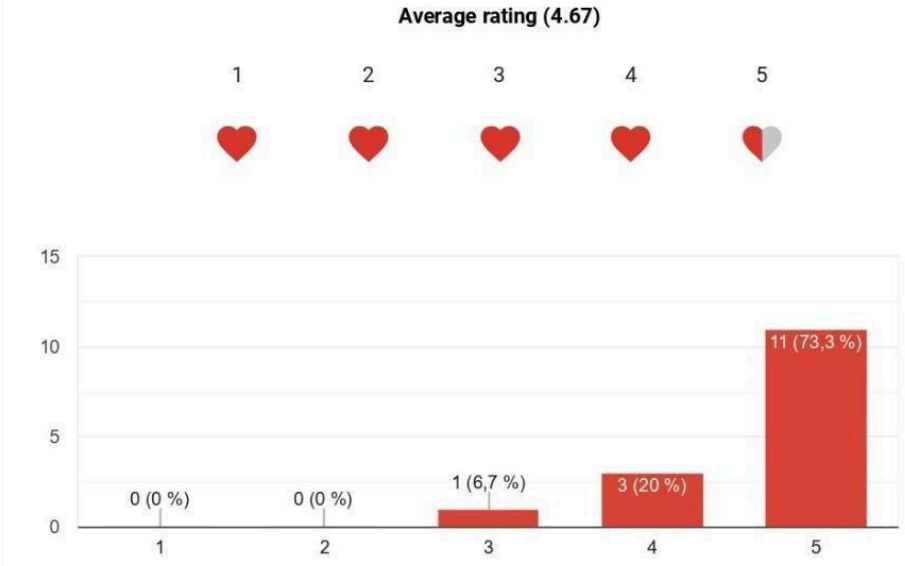
15 respuestas



Al ver estas tarjetas, ¿qué tan atractivas te parecen para niños de 1-3 años?

Copiar

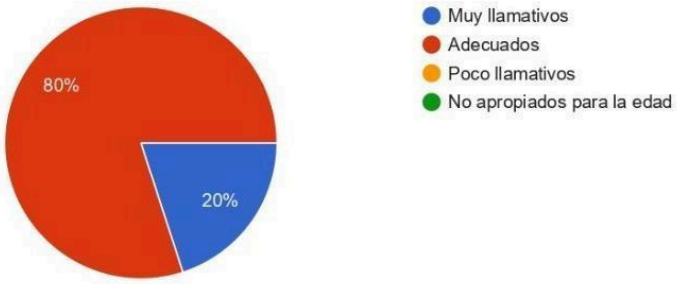
15 respuestas



¿Los colores utilizados te parecen:

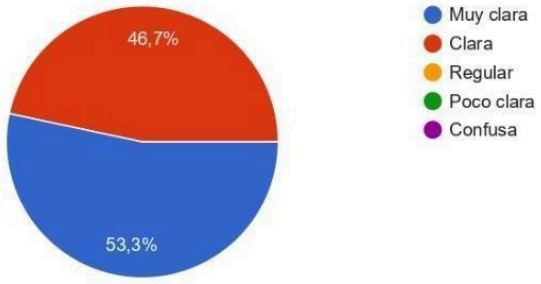
Copiar

15 respuestas



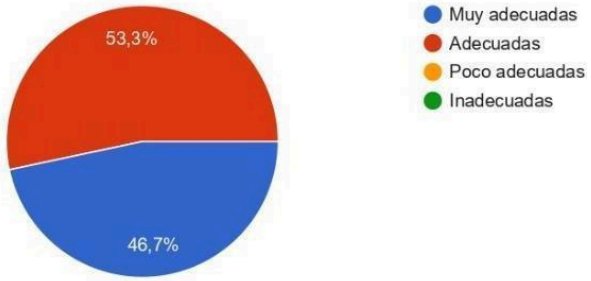
La claridad de las ilustraciones para transmitir el ejercicio es:

15 respuestas



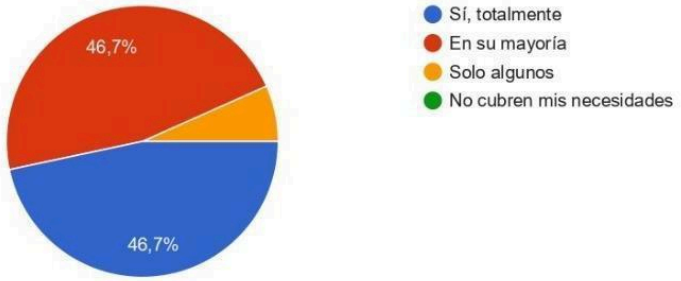
Para los objetivos de estimulación temprana, estas tarjetas son:

15 respuestas



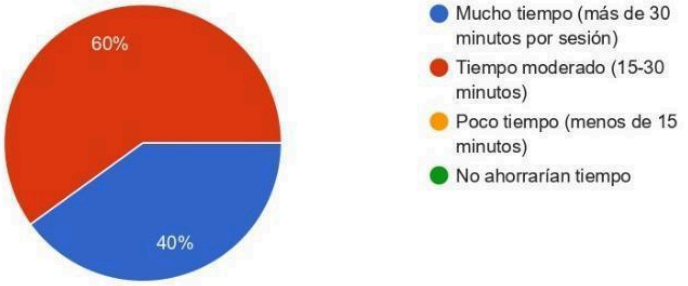
¿Los ejercicios representados cubren necesidades reales de tus sesiones?

15 respuestas



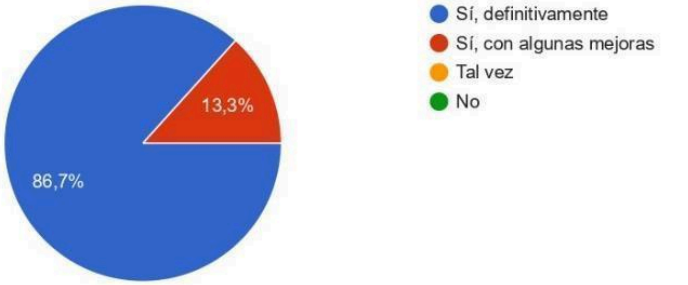
¿Estas tarjetas te ahorrarían tiempo en la preparación de sesiones?

15 respuestas



¿Recomendarías el uso de estas tarjetas a otras psicólogas?

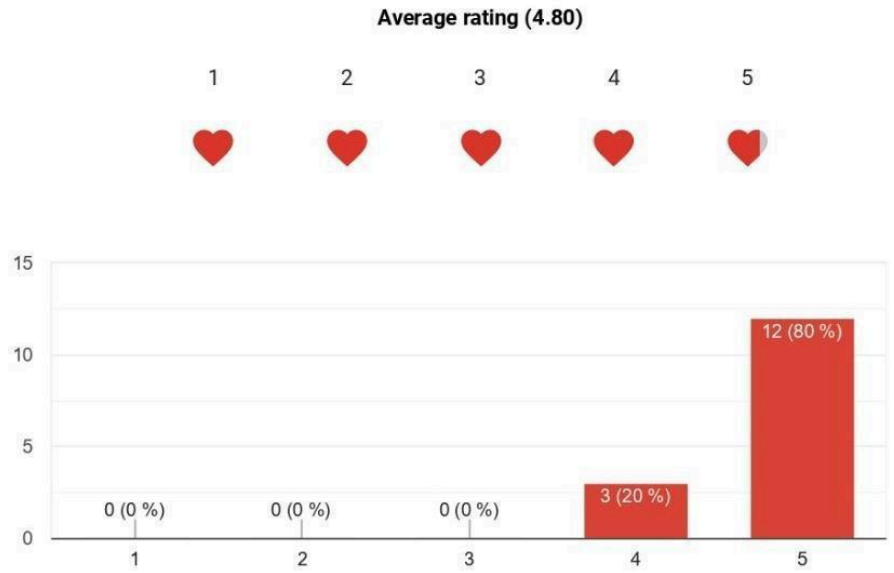
15 respuestas



Al ver estos dibujos, ¿qué tan atractivas te parecen para niños de 1-3 años?

Copiar

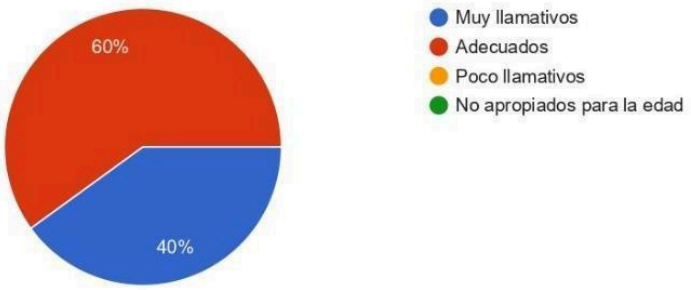
15 respuestas



¿Los colores utilizados te parecen:

Copiar

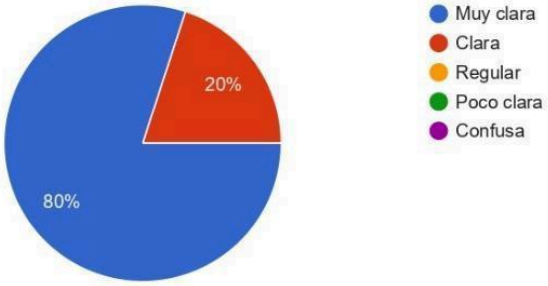
15 respuestas



La claridad de las ilustraciones para transmitir es:

Copiar

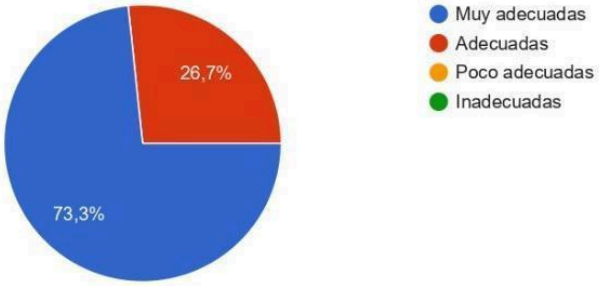
15 respuestas



Para los objetivos de estimulación temprana, estas dibujos son:

Copiar

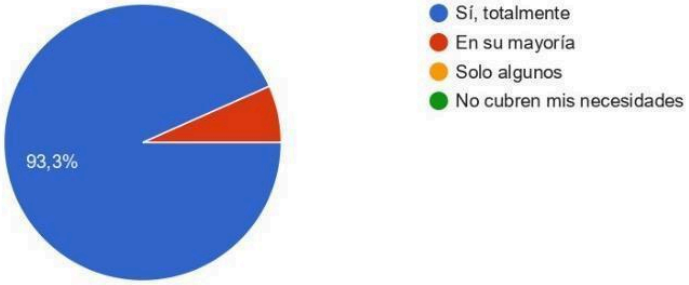
15 respuestas



¿Los dibujos representados crees que cubrirían las necesidades reales de tus sesiones?

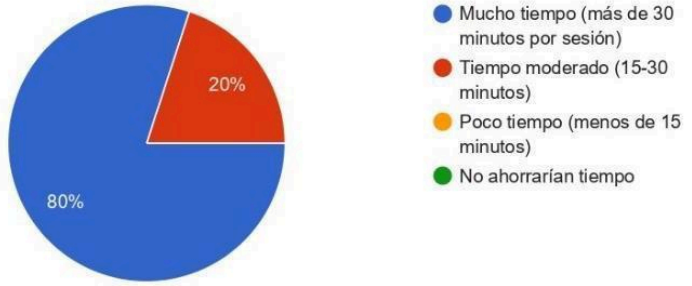
Copiar

15 respuestas



¿Estos dibujos te ahorrarían tiempo en la preparación de sesiones? Copiar

15 respuestas



¿Recomendarías el uso de estos dibujos a otras psicólogas? Copiar

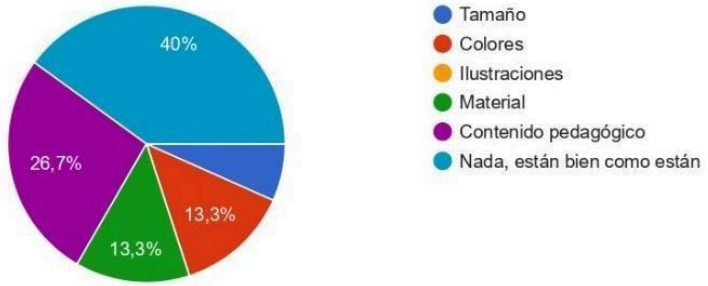
15 respuestas



MEJORAS SUGERIDAS

¿Qué aspecto mejorarías de las ilustraciones? Copiar

15 respuestas



¿Qué otro tipo de ejercicios te gustaría ver en otras tarjetas didácticas?

15 respuestas

Juegos

Colores y miembros del cuerpo

Sonidos de animales

Agregar ejercios sensoriales en algunas tarjetas

movimientos corporales

Gestos para comunicarse

Colores

-

Emociones o Lenguaje y comunicación

Vocales, letras

Colores implementar

asociar ideas

cosas

Sensoriales

En general, ¿qué puntuación le das a este material didáctico?

Copiar

15 respuestas



6.2 Anexo 2 - Costos

CÁLCULO 1

COSTOS DE SERVICIO												
MATERIALES	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Cartulina 350gr	80	25	25	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Tintas para impresión	70	0	0	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Sobres de cartón reutilizable	50	5	5	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Laminado mate	60	0	0	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total de Materiales	**260**	**30**	**30**	**145**	**145**	**145**	**145**	**145**	**145**	**145**	**145**	**145**
MANO DE OBRA												
Diseñadora gráfica	1800	400	400	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200
Asesoría pedagógica	200	0	0	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Total de mano de obra	**2000**	**400**	**400**	**1400**	**1400**	**1400**	**1400**	**1400**	**1400**	**1400**	**1400**	**1400**
GASTOS GENERALES												
Luz (laptop, ipad, impresora)	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Internet	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Total de gastos generales	**130**	**130**	**130**	**130**	**130**	**130**	**130**	**130**	**130**	**130**	**130**	**130**
TOTAL COSTOS SERVICIOS	2390	560	560	1675	1675	1675	1675	1675	1675	1675	1675	1675

CÁLCULO 2

Gastos Administrativos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Diseño de presentación y portafolio	300	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Certificado de originalidad Indecopi	0	0	0	150	0	0	0	0	0	0	0	0
Miembresía en plataforma de diseño	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Total de Gastos Administrativos	**350**	**50**	**50**	**200**	**50**	**50**	**50**	**50**	**50**	**50**	**50**	**50**
Gastos de Venta	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Impresión de portafolio físico	200	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tarjetas de presentación	80	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total de Gastos de Venta	**280**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL DE GASTOS	630	50	50	200	50	50	50	50	50	50	50	50

CÁLCULO 3

VENTAS	**Mes 1**	**Mes 2**	**Mes 3**	**Mes 4**	**Mes 5**	**Mes 6**	**Mes 7**	**Mes 8**	**Mes 9**	**Mes 10**	**Mes 11**	**Mes 12**
Desarrollo línea gráfica base	8,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Contrato de mantenimiento y actualiza	1,200.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Producción de 2 sets temáticos	-	-	-	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00
Ingreso Total sin IGV	**9,200.00**	**-**	**-**	**2,400.00**	**2,400.00**	**2,400.00**	**2,400.00**	**2,400.00**	**2,400.00**	**2,400.00**	**2,400.00**	**2,400.00**

CÁLCULO 4

	RESULTADOS											
	Mes 1	**Mes 2**	**Mes 3**	**Mes 4**	**Mes 5**	**Mes 6**	**Mes 7**	**Mes 8**	**Mes 9**	**Mes 10**	**Mes 11**	**Mes 12**
Valor de Ventas sin IGV	9,200.00	-	-	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00	2,400.00
Total de Costos	2,390.00	560.00	560.00	1,675.00	1,675.00	1,675.00	1,675.00	1,675.00	1,675.00	1,675.00	1,675.00	1,675.00
Total de Gastos	630	50	50	200	50	50	50	50	50	50	50	50
Utilidad	**S/ 6,180.00**	**-S/ 610.00**	**-S/ 610.00**	**S/ 525.00**	**S/ 675.00**	**S/ 675.00**	**S/ 675.00**	**S/ 675.00**	**S/ 675.00**	**S/ 675.00**	**S/ 675.00**	**S/ 675.00**
Margen	**67%**	**N/A**	**N/A**	**22%**	**28%**	**28%**	**28%**	**28%**	**28%**	**28%**	**28%**	**28%**