ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
“TOULOUSE LAUTREC”

ALIADA

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en Arquitectura de Interiores

AUTOR:
JAZMIN ALEXANDRA RAMIREZ LUCERO
(https://orcid.org/0009-0000-8853-6018)

Proyecto de Innovación para obtener el grado de Bachiller en Publicidad y Marketing Digital

AUTOR:
MARIANO ANGEL BAUTISTA PENAS
(https://orcid.org/0009-0007-7822-0643)

Asesor
CARLOS OMAR MEDRANO MALDONADO
(https://orcid.org/0009-0005-0671-5490)

Lima - Perú
2025

Proyecto de Innovaci%C3%B3n %28TUR%29.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:470390673

Submission Date
Jun 28, 2025, 1:40 PM GMT-5

Download Date
Jun 28, 2025, 2:25 PM GMT-5

File Name
Proyecto de Innovación (TUR).pdf

File Size
45.9 MB

110 Pages

30,357 Words

164,994 Characters

5% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

4% Internet sources
3% Publications
4% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

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.

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Resumen

El proyecto de innovación Aliada surge como una respuesta a la constante sensación de inseguridad y los frecuentes casos de acoso que enfrentan muchas mujeres al utilizar el transporte público, particularmente en el Corredor Rojo de Lima. A pesar de que existen denuncias y normativas orientadas a atender estos casos, la respuesta institucional suele ser insuficiente o poco eficaz. A esto se suma, la indiferencia por parte de la ciudadanía que contribuyen a la normalización de estas situaciones. Frente a este panorama, el proyecto se alinea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible N.° 11 y su meta asociada 11.2, que busca garantizar sistemas de transporte accesibles, seguros y sostenibles, priorizando a mujeres y personas en situación de vulnerabilidad. Todos estos factores impactan negativamente en la salud emocional y la seguridad ciudadana de las usuarias, generando temor al movilizarse y restringe su autonomía en el espacio público, afectando directamente su libertad y sus derechos. Aliada propone una solución digital centrada en el desarrollo social y la seguridad ciudadana, mediante herramientas que facilitan el acompañamiento, la protección colectiva y el empoderamiento femenino. Enmarcado dentro del sector económico de transporte y almacenamiento, el proyecto responde a una necesidad urgente no cubierta por los sistemas actuales de atención: contar con una herramienta eficiente, con enfoque de género y fácil acceso para actuar frente a emergencias. Está dirigido principalmente a mujeres jóvenes y adultas que estudian y trabajan, pero también beneficia indirectamente a la comunidad en general al fomentar una cultura de respeto y acción solidaria. Abordar esta problemática resulta fundamental, ya que la violencia de género en espacios públicos restringe la libertad de desplazamiento, impacta la salud emocional de las usuarias y refuerza desigualdades que limitan su participación plena en la vida social, laboral y educativa.

Para abordar la problemática de la inseguridad y el acoso en el Corredor Rojo y diseñar una solución efectiva, se empleó la metodología Toulouse Thinking, la cual se estructura en cinco fases: Contextualizar, Investigar, Idear, Validar y Comunicar. Esta metodología propone un proceso iterativo, colaborativo y centrado en las personas, con el objetivo de generar proyectos con impacto social e innovación aplicada. Además, se aplicaron siete herramientas clave que permitieron una comprensión profunda del contexto y una validación coherente de la propuesta de valor.

El proceso inició con la recolección de información a través de encuestas virtuales y entrevistas presenciales y vía Meet, lo cual permitió recoger percepciones y experiencias reales de usuarias del Corredor Rojo respecto al acoso, combinando datos cualitativos y cuantitativos. Luego, se construyeron cuadros de arquetipos que representaron perfiles extremos como “Luz Gutierrez, La Guerrera”, “Ana Gómez, La Sumisa”, “Maggie Vaez, La estratega”, “Luis Peralta, El Aliado”, “Jose Perez, El Resignado” y “Adrian Escudero, El Inconforme” facilitando una visión más empática de las necesidades y comportamientos de los usuarios. A partir de estos hallazgos se definió el brief

de diseño, estableciendo el reto principal, tensiones claves y objetivos de intervención.
Posteriormente, se diseñó un Lienzo de Propuesta de Valor, que permitió vincular de forma clara los dolores, tareas y beneficios esperados por los arquetipos. La experiencia de usuario fue mapeada mediante un Customer Journey Map, que identificó momentos críticos en el trayecto del transporte público, revelando oportunidades para intervención y mejora. Con estos insumos se llevaron a cabo talleres generativos, donde participaron activamente tanto el equipo como usuarias reales semejantes a los arquetipos. Estos espacios permitieron co-crear ideas viables y valiosas para la solución final. Finalmente, se formularon preguntas clave, se definieron hipótesis y se aplicó una matriz de priorización, lo cual ayudó a validar de manera estratégica los componentes fundamentales del diseño, considerando su deseabilidad, viabilidad y factibilidad.
Estas herramientas permitieron no solo entender el problema de forma empática, sino también diseñar y validar una solución con respaldo en evidencias cualitativas. La combinación de técnicas centradas en el usuario y metodologías ágiles ha fortalecido la propuesta y su aplicabilidad real.

Aliada es una aplicación móvil diseñada para brindar seguridad, acompañamiento y empoderamiento a las mujeres durante sus recorridos diarios en el Corredor Rojo, mediante una comunidad solidaria y mecanismos de respuesta rápida frente al acoso. La app permite el registro de usuarias para tener un perfil personalizado, donde sus principales funciones se encuentra un botón de emergencia con geolocalización, que emite alertas en tiempo real a contactos establecidos y potencialmente a entidades como serenazgo o la ATU. Además ofrece un foro interactivo para compartir experiencias, consejos y alertas, así como una sección informativa sobre los derechos, tipos de acoso y apoyo para presentar denuncias. Las usuarias también pueden acceder a talleres y asesorias impartidas por profesionales voluntarios en psicología y derecho. El funcionamiento es sencillo: tras descargar y registrarse, cualquier mujer puede activar la alerta ante un evento de peligro. Las notificaciones son recibidas por aliados, quienes pueden actuar según el protocolo. La app, de forma anónima recopila datos para analizar patrones y mejorar su servicio. Aliada se sustenta en una lógica de innovación social al combinar tecnología con cuidado colectivo, incorpora un enfoque de género al responder a las necesidades específicas de las mujeres, fomenta la participación ciudadana activa, y posee un alto potencial de expansión hacia otros sistemas de transporte.

En el proceso de desarrollo del proyecto Aliada, se formularon diversas hipótesis claves orientadas a validar la necesidad de una herramienta tecnológica con enfoque de género en el transporte público. Se planteo una aplicación móvil de interfaz sencilla e intuitiva podría ser una herramienta efectiva para brindar seguridad y acompañamiento a las mujeres que utilizan el transporte público en este caso el Corredor Rojo. Se considero que sus funcionalidades principales como el botón de emergencia con geolocalización, el acceso a asesoría profesional en temas legales y emocionales, y la comunidad solidaria serian altamente valoradas, ya que responden directamente a la necesidad de sentirse protegidas durante sus desplazamientos. Además, se proyectó que una

estrategia de comunicación clara y visual, especialmente en redes sociales, sería clave para fortalecer el vínculo emocional entre las mujeres y la aplicación, incentivando su interacción y fidelización. Otras hipótesis apuntaron a la posibilidad de implementar una versión premium de la app, con beneficios exclusivos, confiando en que un segmento de mujeres estaría dispuesta a pagar por una experiencia más completa y segura. Asimismo, se consideró que los profesionales que brinden asesoría (como abogadas y psicólogas) mantendrían su colaboración si identificaban que su labor produce un cambio positivo real en la comunidad. Finalmente, se pensó que una campaña informativa presencial, reforzada por materiales visuales en los paraderos, sería efectiva para motivar la descarga de la aplicación.

Para comprobar estas hipótesis, se llevaron a cabo diversas actividades de validación, tanto presenciales como digitales. Se diseño un prototipo interactivo de media fidelidad que representa las funcionalidades clave de Aliada. Este fue expuesto en un entorno de laboratorio junto a dinámicas de retroalimentación cualitativa con usuarias del Corredor Rojo, permitiendo evaluar la efectividad de la propuesta desde la experiencia directa. Estas interacciones permitieron recoger impresiones sobre la utilidad percibida, el diseño, la claridad de la interfaz y la intención de uso en situaciones reales. En paralelo, se investigó qué redes sociales utilizan con mayor frecuencia las mujeres, en este caso fue Instagram, y se diseñaron mensajes claros con lenguaje cercano, los cuales fueron adaptados a distintos formatos (publicaciones, historias, afiches digitales). También se desarrolló una maqueta de la versión premium y estuvo acompañada de un formulario en línea que explicaba los beneficios exclusivos por una suscripción de S/ 20 mensuales. Esta herramienta se difundió por redes sociales como una historia de Instagram para medir la disposición a pagar. Asimismo, se contactó y recopiló la información de psicólogos/as y abogados/as interesados en brindar sus servicios voluntarios. Finalmente, se elaboró e implementó material informativo impreso para una campaña presencial en paraderos del Corredor Rojo, la cual incluyó sondeos de opinión rápida a mujeres usuarias para conocer su interés en descargar y utilizar Aliada tras recibir la información. Todas estas acciones permitieron ajustar la solución a las necesidades reales de sus futuras usuarias y fortalecer el enfoque de comunidad protectora que sustenta el proyecto.

Durante el proceso de validación, Aliada demostró un alto nivel de aceptación entre las usuarias potenciales, quienes percibieron la propuesta como una respuesta concreta y necesaria frente al acoso en el transporte público. Un porcentaje superior al 80% de las participantes calificaron la app como útil o muy útil para afrontar situaciones de riesgo, y más del 70% afirmaron que harían uso de funciones clave como el botón de emergencia, la asesoría profesional y los recursos educativos. La navegación por la interfaz fue en su mayoría intuitiva, permitiendo que las usuarias interactuaran con las secciones principales sin mayores dificultades, lo cual se reflejó también en los comentarios positivos obtenidos. En paralelo, la campaña de comunicación digital logró una tasa de interacción superior al 70% en redes sociales. Se registró además una visualización del 80% en la publicación que explicaban los beneficios premium de la app. En cuanto a la suscripción premium, un número significativo de mujeres expresó disposición a pagar una tarifa mensual de S/ 20, considerándola accesible y adecuada frente a los beneficios ofrecidos. Por otro lado, la campaña

presencial realizada en los paraderos del Corredor Rojo tuvo un impacto directo: siete de cada diez mujeres señalaron que estarían dispuestas a usar la aplicación luego de conocerla, y más del 60% consideraron que el material entregado fue claro y útil. Además, se logró el registro de ocho mujeres interesadas en la versión premium y se confirmó que al menos cuatro profesionales colaboradores percibieron su labor como valiosa al observar un impacto social concreto en la comunidad usuaria. Estos resultados refuerzan la validez de la solución propuesta y abren paso a su implementación en una fase más amplia.

La validación del proyecto Aliada permitió comprobar que existe una necesidad latente y no atendida en relación con la seguridad de las mujeres que utilizan el transporte público. La reacción positiva ante las funcionalidades propuestas, especialmente el botón de emergencia, el acceso a orientación profesional y los recursos comunitarios, confirmó que una herramienta digital con enfoque de género puede convertirse en un canal confiable de acompañamiento y acción. Asimismo, el interés demostrado en la suscripción premium y la participación activa en espacios de retroalimentación evidencian que las usuarias no solo entienden la propuesta, sino que la valoran como una solución útil y oportuna. A partir de estos hallazgos, los siguientes pasos del proyecto se enfocarán en optimizar la versión funcional del aplicativo, incorporando las sugerencias recogidas para mejorar la experiencia de uso. Paralelamente, se continuará fortaleciendo las alianzas estratégicas con actores institucionales clave, como la ATU y los gobiernos locales, buscando articular la app con redes de respuesta existentes. Se planea implementar un piloto ampliado en campo real con más usuarias y aliados voluntarios, lo cual permitirá recopilar métricas más robustas y medir el impacto en tiempo real. El monitoreo constante de las funcionalidades más críticas, junto con el análisis del comportamiento de las usuarias, sentará las bases para definir una hoja de ruta clara hacia el escalamiento del proyecto, que incluye su expansión a otros corredores de transporte urbano y la búsqueda de financiamiento sostenible para consolidar su operación a mediano plazo. En resumen, Aliada no solo fue validada como una propuesta técnicamente viable, sino como una iniciativa con alto potencial transformador en el espacio público.