ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Reescribe la Calle

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

PRESENTADA POR

Chaska Alejandra Boluarte Alcedo
DNI: 73661237, Perú
Ailin Xiomara Ninasque Huaya
DNI: 76165135, Perú

ASESOR

Juan Alberto Quintana Effio
DNI: 43406717, Perú
ORCID: 0009-0001-9331-6244

JURADO

Palomino Nolasco Elizabeth Fabiola
Ninahuaman Machado Salomon Pablo
Sayán Chumbirizo Jonatan Freddy

Lima, Octubre 2025

REESCRIBE LA CALLE - Proyecto de Innovaci%C3%B3n TLS.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Document Details

Submission ID
trn:oid:::11391:520849063

Submission Date
Oct 30, 2025, 11:16 PM GMT-5

Download Date
Oct 30, 2025, 11:28 PM GMT-5

File Name
REESCRIBE LA CALLE - Proyecto de Innovación TLS.docx

File Size
274.1 KB

23 Pages

4,956 Words

29,051 Characters

turnitin Page 1 of 29 - Cover Page Submission ID trn:oid:::11391:520849063

19% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

12% Internet sources
6% Publications
17% 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.

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 1

II. Descripción de la innovación 2

2.1 Planteamiento del Problema 2

2.2 Población beneficiaria 3

2.3 Objetivo(s) del proyecto 4

2.4 Marco referencial 4

2.5 Proceso creativo y experimentos 7

2.5.1 Información sobre el usuario(s) 7

2.5.2 Información sobre el Mercado 8

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor 9

2.5.4 Diseño de producto/servicio 10

2.5.5 Modelo de Negocio 10

2.5.6 Resultados esperados 12

2.5.7 Prototipos desarrollados 13

2.5.8 Experimentos 13

2.5.9 Resumen del Proyecto de Innovación 14

III. Estimación de costos 15

3.1 Presupuesto 15

IV. Conclusiones y recomendaciones 16

4.1 Conclusiones 16

4.2 Recomendaciones 17

V. Referencias Bibliográficas **18**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Presupuesto anual estimado para el proyecto “Reescribe la calle” (en soles).....15

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Reescribe la Calle

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

Reescribe la Calle es un proyecto de comunicación visual urbana que busca recuperar el espacio público como un lugar seguro, simbólico y participativo para mujeres, niñas y adolescentes. A través de piezas gráficas, señalética y murales colaborativos, promueve la unión femenina, la sororidad y la apropiación positiva de la ciudad, transformando la experiencia del miedo cotidiano en un sentimiento colectivo de acompañamiento y empoderamiento visual.

1.3 Contextualización del Proyecto de Innovación

En Lima Metropolitana, niñas y adolescentes enfrentan múltiples limitaciones en el uso del espacio público debido al acoso sexual, la violencia simbólica y la falta de condiciones urbanas seguras e inclusivas. A pesar de la existencia de normas y acciones municipales, la ausencia de seguimiento y sostenibilidad en las intervenciones reduce significativamente su efectividad.

El acoso callejero constituye una problemática persistente: según un estudio de la Municipalidad de Lima, **9 de cada 10 mujeres han sido víctimas de acoso sexual en espacios públicos**. A nivel nacional, el **96.5% de las víctimas son mujeres**, y en el **98.8% de los casos los presuntos agresores son hombres**. Lima Metropolitana concentra la mayor cantidad de denuncias: en los dos primeros meses de 2024, la **Defensoría del Pueblo registró 26 casos**, mientras que el **Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP)** reportó **74 atenciones** en la misma región.

Aunque existe la **Ley N.º 30314**, que obliga a los gobiernos regionales y locales a prevenir y sancionar el acoso sexual en espacios públicos, la falta de implementación efectiva y la escasa articulación institucional limitan su alcance. Según el MIMP, **el 94.6% de los casos cuenta con denuncias**, pero el seguimiento y acompañamiento a las víctimas sigue siendo insuficiente.

Frente a este contexto, el proyecto **"Reescribe la Calle"** propone diseñar **servicios y experiencias urbanas** que fortalezcan la **seguridad, autonomía y participación de niñas y adolescentes** en los espacios públicos de Lima Metropolitana, incorporando un **enfoque de género y sostenibilidad**.

El proyecto se enmarca en el **Objetivo de Desarrollo Sostenible N.º 10 (Reducción de las Desigualdades)** y busca generar **un triple impacto**:

- **Social:** Promover mayor seguridad, autonomía y sentido de pertenencia en los espacios públicos.

- **Ambiental:** Impulsar entornos sostenibles con iluminación eficiente y mobiliario inclusivo.

- **Económico:** Fomentar empleo local a través de servicios de seguridad comunitaria, talleres juveniles y mantenimiento urbano participativo.

II. DESCRIPCIÓN DE LA INNOVACIÓN

2.1 Planteamiento del Problema

En Lima Metropolitana, el espacio público no es vivido de la misma manera por hombres y mujeres. Las niñas, adolescentes y mujeres jóvenes enfrentan **miedo, hostilidad y exclusión** al transitar por calles, parques o paraderos debido al **acoso sexual, la violencia simbólica y la falta de infraestructura urbana segura**. Esta realidad limita su **autonomía, bienestar y derecho a la ciudad**, reforzando desigualdades de género y perpetuando una cultura de silenciamiento y normalización del acoso.

A pesar de las normativas existentes, como la **Ley N.º 30314 para prevenir y sancionar el acoso sexual en espacios públicos**, las respuestas institucionales siguen siendo fragmentadas y de corto alcance. Muchas intervenciones carecen de enfoque territorial o de participación ciudadana, lo que impide generar **cambios sostenibles en la percepción y uso del espacio urbano**.

El miedo constante a ser acosadas o violentadas condiciona la manera en que las mujeres planifican sus recorridos, horarios y vestimenta. Esto produce una **exclusión simbólica**: aunque las calles sean técnicamente accesibles, no son **verdaderamente habitables** para todas.

Frente a esta problemática, se plantea la necesidad de **diseñar estrategias urbanas y comunicacionales** que resignifiquen el espacio público como un lugar de encuentro, confianza y sororidad. Se busca **reconstruir el vínculo emocional y social** entre las mujeres y su entorno urbano, promoviendo su **participación activa, autonomía y seguridad** en la vida cotidiana de la ciudad.

2.2 Población Beneficiaria

El proyecto **Reescribe la Calle** está dirigido principalmente a **niñas y adolescentes de Lima Metropolitana**, con énfasis en los distritos populares donde la exposición al acoso callejero y la violencia simbólica es más frecuente, como **San Juan de Lurigancho, Villa El Salvador y Comas**. Este grupo enfrenta una **falta de autonomía en el espacio público**, lo que impacta en su desarrollo personal, social y emocional.

De manera indirecta, también se benefician **familias, comunidades educativas, autoridades locales y transeúntes**, al promover una **cultura de respeto, empatía y equidad de género** en el uso del espacio urbano. Además, el proyecto busca involucrar a **colectivos feministas y artistas locales**, fortaleciendo su rol como **agentes de cambio social** y multiplicadores de prácticas seguras y participativas en la ciudad.

2.3 Objetivo(s) del Proyecto

Objetivo general:

Diseñar e implementar una intervención urbana participativa que promueva la **seguridad, autonomía y apropiación del espacio público** por parte de niñas y adolescentes en Lima Metropolitana, a través del **diseño y el arte urbano con enfoque de género**.

Objetivos específicos:

1. **Visibilizar** las experiencias y percepciones de las niñas y adolescentes frente al acoso callejero mediante procesos de co-creación y escucha activa.

2. **Transformar** espacios públicos inseguros en lugares simbólicamente positivos a través de intervenciones gráficas que refuercen la unión, la confianza y el sentido de pertenencia.

3. **Sensibilizar** a la comunidad sobre la importancia del respeto y la equidad en el espacio urbano, fomentando la participación ciudadana.

4. **Evaluar** el impacto de las intervenciones en la percepción de seguridad y bienestar de las usuarias, promoviendo la continuidad de acciones similares desde el ámbito municipal o comunitario.

2.4 Marco Referencial

Marco teórico

El espacio público, entendido como el lugar de encuentro, tránsito y expresión ciudadana, constituye un escenario fundamental para la construcción de ciudadanía y pertenencia. Sin embargo, en el contexto urbano latinoamericano, las desigualdades estructurales y la violencia simbólica limitan su uso equitativo.

Según ONU Mujeres (2023), la falta de seguridad en el espacio público afecta de manera

desproporcionada a mujeres, niñas y adolescentes, restringiendo su movilidad y participación en la vida urbana. El miedo, como emoción colectiva, se convierte así en un factor que condiciona la libertad y la autonomía.

El **diseño con enfoque de género** se plantea como una herramienta transformadora para abordar estas desigualdades, al integrar perspectivas inclusivas en la comunicación visual, la señalética y la planificación urbana. Desde la innovación social, el diseño puede generar **nuevas narrativas urbanas** que inviten a la apropiación y resignificación del espacio por parte de las mujeres.

Asimismo, el **arte urbano participativo** ha demostrado ser un medio eficaz para fomentar el diálogo, la reflexión y la identidad colectiva, siendo utilizado de manera recurrente en los colectivos feministas, convirtiéndose así en un canal visual para promover la igualdad y el empoderamiento comunitario.

Marco contextual

En Lima Metropolitana, el acoso callejero constituye una de las principales barreras para la participación segura de las mujeres en el espacio público. De acuerdo con un estudio de la **Municipalidad de Lima (2023)**, 9 de cada 10 mujeres han sido víctimas de acoso sexual en las calles. La **Defensoría del Pueblo (2024)** informó que, solo en los dos primeros meses del año, Lima registró 26 casos de atención por acoso en espacios públicos, mientras que el **Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP)** reportó 74 casos de atención en el mismo periodo.

A nivel nacional, el 96.5% de las víctimas son mujeres y el 98.8% de los agresores son hombres (MIMP, 2024). Estos datos reflejan una persistente desigualdad de género y la necesidad de intervenciones que no solo sancionen, sino que **transformen las dinámicas sociales y simbólicas del miedo**.

En este contexto, *Reescribe la Calle* surge como una respuesta desde el diseño y la comunicación urbana, orientada a **convertir los espacios inseguros en territorios de pertenencia, acompañamiento y expresión colectiva femenina**. La iniciativa busca visibilizar las experiencias de las mujeres en la ciudad y promover redes de apoyo a través del arte y la participación ciudadana.

Marco legal

El proyecto se enmarca en la **Ley N.º 30314**, que previene y sanciona el acoso sexual en espacios públicos, y en las políticas nacionales de igualdad de género promovidas por el MIMP. Además, contribuye al cumplimiento de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, especialmente:

- **ODS 5:** Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

- **ODS 10:** Reducir las desigualdades dentro y entre los países, promoviendo entornos inclusivos y seguros.

De esta manera, *Reescribe la Calle* alinea su propósito con los compromisos nacionales e internacionales para garantizar el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia y discriminación en todos los espacios.

Antecedentes y proyectos similares

Diversas experiencias internacionales respaldan la efectividad de las **intervenciones urbanas con enfoque de género**. Entre ellas destacan:

- *"Ciudad de las Mujeres"* (Medellín, Colombia), que combina infraestructura urbana y programas de empoderamiento económico.

- *"Mujeres Ocupan la Calle"* (México), que utiliza el arte mural y la participación comunitaria para visibilizar el acoso.

- *"No es halago, es acoso"* (Perú, MIMP), campaña comunicacional que promueve la denuncia y la concientización ciudadana.

Estas iniciativas demuestran que el **diseño y la comunicación visual pueden ser motores de cambio social**, capaces de modificar percepciones y recuperar el sentido de comunidad. En

este marco, *Reescribe la Calle* se proyecta como una innovación social que articula **arte, diseño y ciudadanía** para construir una ciudad más segura, empática y equitativa.

2.5 Proceso Creativo y Experimentos

2.5.1 Información sobre el Usuario

El arquetipo principal identificado en el proceso de investigación corresponde a **Alejandra Carrasco**, una joven universitaria de 21 años que vive en San Juan de Lurigancho, uno de los distritos más poblados y con mayores índices de inseguridad en Lima Metropolitana. Representa a un grupo amplio de **mujeres jóvenes que enfrentan limitaciones para habitar y disfrutar el espacio público** debido al acoso callejero, la falta de iluminación, el transporte inseguro y la normalización de la violencia simbólica.

Desde la adolescencia, Alejandra ha vivido experiencias de acoso en el transporte público y en las calles, lo que la ha llevado a desarrollar **estrategias de autoprotección**: cambiar rutas, evitar salir de noche o informar constantemente su ubicación. Estas prácticas, aunque preventivas, refuerzan la idea de que las mujeres deben adaptarse a un entorno hostil en lugar de transformarlo.

A través del research se evidenció que **las emociones predominantes son el miedo, la frustración y la resignación**, pero también una creciente **búsqueda de pertenencia, acompañamiento y acción colectiva**. La mayoría de las jóvenes entrevistadas reconocen la importancia de los colectivos feministas como espacios de apoyo, conversación y empoderamiento político, donde descubren que el problema del acoso no es individual sino estructural.

El **dilema central** que enfrenta este arquetipo es:

> "¿Debo adaptarme a una ciudad que me limita o puedo transformarla junto a otras mujeres?"

Este dilema refleja la tensión entre la necesidad de supervivencia cotidiana y el deseo de **re apropiarse de la ciudad desde la libertad y la sororidad**. Alejandra encuentra motivación en la posibilidad de visibilizar estas problemáticas mediante el arte urbano, las marchas y las

redes digitales. Cree en la **fuerza colectiva como herramienta de cambio social**, especialmente entre mujeres jóvenes que buscan transformar el miedo en acción.

Su **estado ideal** es una ciudad donde caminar de noche no sea un acto de valentía, sino un derecho; donde el transporte público sea seguro y las calles estén bien iluminadas; donde existan espacios públicos con enfoque de género y redes comunitarias de cuidado. Para ella, el ideal se construye desde la **educación, la empatía y la transformación cultural**, hacia una Lima más libre, segura y equitativa.

2.5.2 Información sobre el Mercado

El proyecto se desarrolla en el contexto urbano de **Lima Metropolitana**, específicamente en distritos donde la percepción de inseguridad limita el uso equitativo del espacio público, como San Juan de Lurigancho, Villa El Salvador y Comas. Diversos estudios evidencian que el **acoso callejero y la violencia simbólica afectan de forma directa la autonomía y la movilidad de mujeres, niñas y adolescentes**.

Las campañas estatales suelen ser informativas, pero no logran conectar emocionalmente con las jóvenes usuarias ni promover un cambio cultural sostenido.

En contraste, se observa un **creciente interés por iniciativas urbanas con enfoque feminista y participativo**, impulsadas por colectivos ciudadanos y organizaciones culturales que utilizan el arte, la señalética y la intervención gráfica como medios de visibilización y apropiación del espacio. Este movimiento abre una oportunidad para proyectos como *Reescribe la Calle*, que integran **comunicación visual, participación ciudadana y diseño con enfoque de género** para generar impacto social.

El mercado potencial está conformado por **instituciones públicas, ONGs, colectivos feministas y programas municipales** orientados a la equidad de género y la seguridad ciudadana, así como por **marcas y empresas privadas interesadas en responsabilidad social y branding con propósito**. En conjunto, este ecosistema permite posicionar la propuesta dentro de un **mercado emergente de innovación social urbana**, donde el diseño se convierte en un agente de transformación y sensibilización colectiva.

2.5.3 Concepto y Propuesta de Valor

Propuesta de Valor

La propuesta de valor del proyecto **“Reescribe la Calle”** consiste en desarrollar una **campaña visual participativa** dirigida a **niñas y adolescentes**, que promueva la **sensibilización y movilización frente al acoso callejero**, evitando recurrir a discursos basados en el miedo o la culpa.

El proyecto busca **fortalecer la seguridad y confianza de las niñas y adolescentes en los espacios públicos**, mediante estrategias gráficas y comunicacionales que fomenten el reconocimiento del acoso como una forma de violencia, impulsando la denuncia y la construcción de entornos urbanos más seguros e inclusivos.

Asimismo, propone **restituir el derecho al disfrute del espacio público** y promover una cultura de **respeto e igualdad de género**, articulando acciones con actores sociales, institucionales y comunitarios.

Concepto del Proyecto

El concepto del proyecto parte del **insight**:

> *“No busco valentía para salir, busco una ciudad que no me la exija.”*

Este concepto traduce el deseo de las niñas y adolescentes de poder habitar la ciudad sin miedo, y plantea **una nueva narrativa sobre la seguridad urbana**: no centrada en la valentía individual, sino en la **responsabilidad colectiva** de construir espacios seguros.

“Reescribe la Calle” busca **reconfigurar los imaginarios urbanos** que normalizan la violencia, transformando el espacio público en un **lienzo de expresión y resistencia**. A través de la participación y la comunicación visual, se promueve el mensaje de que **todas las personas tienen derecho a caminar, jugar, estudiar y vivir la ciudad en libertad.**

2.5.4 Diseño de Producto/Servicio

La propuesta se materializa en una **campaña de comunicación urbana** que combina **acciones físicas y digitales** para resignificar la ciudad de Lima como un **espacio de pertenencia, seguridad y expresión femenina**. El diseño integra recursos visuales, señalética y arte público que promueven la visibilización del acoso callejero y refuerzan la idea de acompañamiento colectivo.

El **producto principal** es la **campaña visual "Reescribe la Calle"**, compuesta por una serie de **piezas gráficas** distribuidas estratégicamente en espacios urbanos y plataformas digitales. Estas piezas incluyen:

- **Stickers y carteles** con mensajes de empoderamiento y sensibilización, destinados a intervenir el espacio público cotidiano desde una estética cercana y accesible.

- **Señalética urbana** que identifica **zonas seguras, recorridos amigables y puntos de encuentro**, orientando a niñas y adolescentes hacia espacios donde puedan sentirse protegidas o recibir apoyo.

- **Puntos visuales de concentración**, diseñados como **refugios o áreas seguras**, donde se puedan compartir experiencias, solicitar ayuda o simplemente descansar en un entorno seguro.

- **Murales participativos** que invitan a las usuarias a **dejar sus experiencias de manera anónima**, convirtiendo el testimonio individual en un acto colectivo de resistencia y visibilidad.

En el entorno digital, la campaña extiende su alcance mediante **contenidos interactivos y redes sociales**, reforzando el mensaje de que **ninguna niña o adolescente está sola en el espacio público**.

En conjunto, el diseño busca **transformar la experiencia del miedo cotidiano** en una **red de acompañamiento, confianza y empoderamiento**, donde la comunicación visual actúe como una herramienta de cambio cultural y social.

2.5.5 Modelo de Negocio

El modelo de negocio de la campaña **"Reescribe la Calle"** se basa en la generación de **valor social y comunitario**, promoviendo la ocupación segura y simbólica del espacio público por parte de mujeres, niñas y adolescentes. Su propósito no es la rentabilidad económica, sino la **sostenibilidad social, comunicacional y colaborativa** del proyecto.

Propuesta de valor:
La campaña ofrece una experiencia de comunicación urbana que combina arte, señalética y participación ciudadana para **educar, sensibilizar y movilizar** frente al acoso callejero. Revaloriza la ciudad como un espacio de **pertenencia y cuidado colectivo**, transformando el miedo cotidiano en una red de acompañamiento.

Segmentos de usuarias:
Está dirigida principalmente a **niñas, adolescentes y jóvenes mujeres** de Lima Metropolitana, especialmente de zonas con alta percepción de inseguridad. También involucra a **colectivos feministas y autoridades locales** como agentes aliados en la transformación del espacio urbano.

Canales y puntos de contacto:
La difusión se realiza a través de **intervenciones urbanas** (murales, señalética, stickers) y **campañas digitales** que invitan a la reflexión y acción colectiva. Los puntos de encuentro y las redes sociales funcionan como espacios de participación y visibilidad.

Relación con las usuarias:
Se construye mediante la **co-creación y la sororidad**, promoviendo que las participantes sean parte activa del proceso de resignificación del espacio público. La campaña busca fortalecer una comunidad que comparte experiencias, aprendizajes y apoyo mutuo.

Recursos clave:
Diseñadoras, ilustradoras, comunicadoras, voluntarias de colectivos feministas, materiales gráficos, infraestructura de señalización y apoyo institucional de la Municipalidad de Lima.

Actividades clave:
Diseño y producción de piezas visuales, implementación de señalética, activaciones urbanas colaborativas, talleres de sensibilización y estrategias digitales de difusión.

Socios estratégicos:
Colectivos feministas, municipalidades distritales, ONGs orientadas a la igualdad de género, universidades y escuelas de arte.

Sostenibilidad:
El proyecto se sostiene a través de **alianzas institucionales, fondos públicos de cultura y ciudadanía, voluntariado y colaboraciones comunitarias**, priorizando el impacto social por encima del económico.

Impacto esperado:
Generar **mayor apropiación y seguridad en el espacio público**, fortalecer el tejido social entre mujeres jóvenes y promover una **cultura urbana de respeto, cuidado y equidad**.

2.5.6 Resultados esperados

La campaña **"Reescribe la Calle"** busca resultados concretos en un mediano plazo. En primer lugar, se espera una respuesta positiva de parte de nuestro público objetivo donde principalmente se pueda comprender la problemática que enfrentan las niñas y adolescentes de Lima Metropolitana, generando así conciencia social y sensibilización.

En segundo lugar, se espera poder fortalecer la participación conjunta entre niñas y adolescentes, promoviendo el empoderamiento personal y comunitario. El resultado se medirá a través de la participación que se obtenga en redes sociales, toma de decisiones y espacios de debate.

En tercer lugar, se busca generar cambios en sus conductas y pensamientos sobre la comunidad, fomentando el respeto y la igualdad entre ellas. Finalmente, esperamos que esta

iniciativa genere un impacto en esta nueva generación para poder fortalecer los lazos entre estas.

2.5.7 Prototipos desarrollados

Para validar nuestra propuesta se desarrollaron prototipos visuales, destinados a implementarse en espacios físicos y redes sociales. Los prototipos se dividieron en tres categorías, las cuales fueron: diseños para redes sociales, afiches y señaléticas.

Para nuestro primer prototipo se desarrollaron un total de 9 piezas gráficas donde usamos frases de empoderamiento, testimonios de nuestras seguidoras e información sobre el proyecto. Asimismo, se desarrollaron afiches con información para publicitarlos en las calles y generar búsquedas de personas interesadas en el tema. Finalmente, desarrollamos señaléticas con el objetivo de ayudar a nuestras usuarias a ubicar zonas seguras dentro de su distrito o en distritos que visitarán por primera vez.

2.5.8 Experimentos

Con la finalidad de evaluar la efectividad comunicacional y emocional del proyecto **"Reescribe la Calle"**, se llevó a cabo un experimento basado en la exposición de los principales componentes de la propuesta: señalética urbana, afiches, stickers y un perfil digital en la red social *Instagram*. El objetivo fue analizar la percepción, interpretación y reacción emocional de las usuarias frente a las piezas gráficas, así como su disposición a interactuar o compartir el contenido.

La muestra estuvo compuesta por **nueve participantes**, todas residentes de **Lima Metropolitana (100%)**, con edades entre **18 y 32 años**. El **88,9%** se identificó con el género femenino y el **11,1%** con identidad no binaria.

En cuanto a la **claridad y legibilidad de la señalética**, el **55,6%** de las encuestadas manifestó estar *muy de acuerdo* con que el mensaje era comprensible, mientras que un **22,2%** se mostró neutral y un **11,1%** expresó algún grado de desacuerdo. Respecto al **impacto**

emocional de las piezas, las sensaciones más comunes fueron **seguridad (33,3%)**, **confusión (33,3%)**, **empoderamiento (22,2%)** y **paz (11,1%)**.

En relación con la **intención de compartir las piezas en redes sociales**, el **33,3%** indicó estar *muy dispuesto* a hacerlo, un **22,2%** *probable*, y un **33,3%** se mantuvo neutral. En cuanto a la **visibilidad y atractivo visual**, el **44,4%** consideró las piezas *visibles*, y un **22,2%** *muy visibles*.

El **perfil de Instagram** fue recibido positivamente: el **100%** de las encuestadas indicó sentir *confianza* con la cuenta mostrada, y el **77,8%** afirmó que *interactuaría* con el contenido. Entre las sugerencias para el tipo de publicaciones, destacaron los **reels o stories**, **mensajes de empoderamiento**, **arte urbano**, y **relatos de experiencias femeninas** vinculadas a la seguridad en la calle.

Frente al significado de los **stickers**, las respuestas más frecuentes asociaron el mensaje con **empatía, visibilización, pertenencia, empoderamiento y conciencia social**. Una participante señaló: *"Me hace sentir que no estoy sola y me alegra saber que se promueve la concientización del tema"*, lo que refuerza la hipótesis central del proyecto: el diseño visual puede ser una herramienta de acompañamiento simbólico que transforma el miedo cotidiano en una experiencia colectiva de resiliencia y expresión femenina.

2.5.9 Resumen del proyecto de innovación

La campaña **"Reescribe la Calle"** es una propuesta de innovación social y comunicacional que utiliza el **diseño urbano y visual** como herramienta para promover la **seguridad, pertenencia y autonomía de las mujeres y diversidades** en el espacio público de Lima Metropolitana. El proyecto parte de una problemática real: el acoso callejero y la exclusión simbólica que enfrentan niñas, adolescentes y jóvenes al habitar la ciudad.

A través de **intervenciones gráficas urbanas** —como murales participativos, señalética feminista, afiches y stickers con códigos QR— se busca **resignificar los espacios de tránsito cotidiano** como lugares de expresión, cuidado y acompañamiento. Estas piezas comunican mensajes de unión y empoderamiento, orientados a generar reflexión y conversación colectiva.

La propuesta se complementa con una **campaña digital** en redes sociales, que amplifica las voces y experiencias de las usuarias, fortaleciendo la construcción de una comunidad activa. El proyecto integra además la creación de **puntos seguros y recorridos amigables**, diseñados con enfoque de género y participación ciudadana, alineándose con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, especialmente el ODS 5 (*Igualdad de género*) y el ODS 10 (*Reducción de las desigualdades*).

En conjunto, "Reescribe la Calle" busca demostrar cómo el diseño puede **convertirse en un medio de transformación social**, capaz de visibilizar problemáticas estructurales y fomentar vínculos solidarios entre mujeres, redefiniendo su relación con el entorno urbano desde la confianza y la colectividad.

III. ESTIMACIÓN DE COSTOS

3.1 Presupuesto

El presupuesto anual del proyecto **"Reescribe la Calle"** contempla la implementación, mantenimiento y expansión de la campaña urbana durante un periodo de doce meses. Este presupuesto busca asegurar la sostenibilidad del proyecto a través de una gestión equilibrada entre los recursos invertidos y las fuentes de financiamiento disponibles. La propuesta combina aportes de instituciones públicas, empresas privadas y acciones autogestionadas por la comunidad beneficiaria.

El objetivo financiero principal es garantizar la continuidad del impacto social del proyecto, promoviendo la seguridad, autonomía y participación de niñas, adolescentes y mujeres en Lima Metropolitana, mediante intervenciones gráficas y comunicación digital .

A continuación, se presenta la estructura de ingresos y egresos estimados para un año de ejecución:

Tabla 1

Presupuesto anual estimado para el proyecto "Reescribe la calle" (en soles)

Categoría	Subcategoría	Monto anual (S/.)	Descripción
Ingresos	Alianzas institucionales	20,000	Convenios con municipalidades, fondos culturales y programas sociales.
	Patrocinios privados	10,000	Apoyo de empresas con políticas de responsabilidad social e igualdad de género.
	Fondos concursables	15,000	Postulaciones a fondos de innovación social y cooperación internacional.
	Actividades autogestionadas	5,000	Venta de productos vinculados a la campaña (stickers, tote bags, afiches).
	Voluntariado y donaciones	2,000	Aportes en especie o servicios de apoyo logístico.
Total de ingresos		52,000	—
Egresos	Producción de piezas gráficas y señalética	12,000	Impresiones, murales y materiales.
	Comunicación digital y audiovisual	8,000	Redes sociales, diseño y registro audiovisual.
	Talleres y actividades comunitarias	10,000	Logística, materiales y facilitadoras.
	Equipo humano	15,000	Coordinación general, diseño y gestión cultural.
	Gestión administrativa y alianzas	3,000	Permisos, transporte y reuniones.
	Evaluación de impacto y seguimiento	2,000	Encuestas, informes y monitoreo.
Total de egresos		50,000	—

Presupuesto anual estimado del proyecto “Reescribe la Calle” (en soles) Nota. Los montos están expresados

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

El proyecto **“Reescribe la Calle”** demuestra que el **diseño gráfico y la comunicación urbana** pueden ser herramientas efectivas para **transformar la percepción del espacio público** y promover la **autonomía, seguridad y pertenencia** de las mujeres y diversidades en Lima Metropolitana. La intervención visual y participativa permite abrir conversaciones sobre el acoso callejero, visibilizar experiencias compartidas y fortalecer una red simbólica de apoyo entre usuarias.

Los resultados obtenidos a través de la encuesta evidencian una **recepción positiva** de las piezas gráficas: la mayoría de las participantes percibió los mensajes como claros, empoderadores y dignos de difusión en redes sociales, lo que valida el potencial comunicativo del proyecto. Asimismo, el uso de **señalética y murales participativos** refuerza la noción del espacio urbano como territorio de encuentro y cuidado colectivo.

Desde un enfoque de innovación social, la propuesta demuestra que **las estrategias de diseño con perspectiva de género** contribuyen no solo a mejorar la seguridad percibida, sino también a fomentar el sentido de comunidad y acción colectiva. De este modo, *Reescribe la Calle* se consolida como una experiencia que integra **creatividad, impacto social y sostenibilidad**, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y aportando un modelo replicable en otras zonas urbanas del país.

4.2 Recomendaciones

Para fortalecer el impacto y sostenibilidad de **Reescribe la Calle**, se recomienda:

1. **Ampliar la implementación territorial**, replicando la campaña en distintos distritos de Lima Metropolitana y otras ciudades del país, priorizando zonas con altos índices de acoso callejero y escasa infraestructura segura para mujeres.

2. **Establecer alianzas estratégicas** con instituciones públicas como la **Municipalidad de Lima**, el **Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP)** y organizaciones feministas, a fin de garantizar la continuidad del proyecto y su integración en políticas urbanas de igualdad y seguridad.

3. **Incorporar programas educativos y talleres participativos** en colegios, universidades y comunidades juveniles, que promuevan la reflexión sobre el uso del espacio público, la empatía y la prevención del acoso desde la educación temprana.

4. **Potenciar la comunicación digital** mediante estrategias interactivas, como el uso de códigos QR, campañas en redes sociales y narrativas audiovisuales que permitan mantener el diálogo entre usuarias y difundir mensajes de empoderamiento y sororidad.

5. **Monitorear y evaluar periódicamente los resultados**, recogiendo percepciones ciudadanas y niveles de participación, para ajustar el diseño y mantener su relevancia frente a las dinámicas urbanas cambiantes.

6. Finalmente, se sugiere que futuras investigaciones exploren la **relación entre diseño urbano, emociones y seguridad femenina**, ampliando la base teórica y empírica que sustenta la creación de entornos urbanos más equitativos y sensibles al género.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Defensoría del Pueblo. (2024). Casos de acoso sexual en espacios públicos en Lima Metropolitana. https://www.defensoria.gob.pe/

Ley N.º 30314. (2015). Ley para prevenir y sancionar el acoso sexual en espacios públicos. Diario Oficial El Peruano. https://busquedas.elperuano.pe

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP). (2024). Reporte anual de casos de acoso sexual en espacios públicos. https://www.gob.pe/mimp

Municipalidad Metropolitana de Lima. (2023). Estudio sobre percepción de seguridad y acoso callejero en Lima Metropolitana. Subgerencia de Seguridad Ciudadana.

ONU. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/

ONU Mujeres. (2022). El derecho de las mujeres a la ciudad. https://www.unwomen.org/

Segato, R. L. (2016). La guerra contra las mujeres. Traficantes de Sueños.

Toulouse Lautrec. (2024). Guía para la elaboración del proyecto de innovación: formato y criterios de evaluación. Escuela de Educación Superior Toulouse Lautrec.