ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

Centinela: Monitoreo participativo y concienciación frente al espacio público inseguro para mujeres, niñas y adolescentes en Lima

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

PRESENTADO POR

Anny Luz Velasquez Torvisco
DNI: 72892176, Perú
ORCID: 0009-0000-8238-7840

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

PRESENTADO POR

Fatima Valeria Meza Mas
DNI: 73252064, Perú
ORCID: 0009-0004-3787-6847

ASESOR

Palomino Nolasco Elizabeth Fabiola
DNI: 47052640, Perú
ORCID:0009-0001-9390-2980

JURADO

Mora Sifuentes Jasmine Erika
Bouverie Alor Jorge Alfredo
Sayán Chumbirizo Jonatan Freddy

Lima, Marzo 2026

Informe-0000013400-0000019439-Vel%C3%A1squez-Meza.docx

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:559411720

Fecha de entrega
21 feb 2026, 9:55 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
21 feb 2026, 9:56 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Informe-0000013400-0000019439-Velásquez-Meza.docx

Tamaño del archivo
5.1 MB

27 páginas

4828 palabras

27.268 caracteres

19% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

9%	Fuentes de Internet
2%	Publicaciones
18%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Dedicatoria

Esta investigación está dedicada a mi familia por el apoyo incondicional y por darme la oportunidad de abrir mi camino profesional cada vez más. Con mucho cariño y dedicación para todas las mujeres que en algún momento se sintieron vulnerables e intimidadas, aquellas que sienten temor en las calles y no viven tranquilas con el temor de no regresar a casa sanas y salvas. Yo soy una de ellas y espero que esta situación pueda cambiar en algún momento porque a todos nos espera la familia en casa.

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi familia y amigos, quienes han sido mi pilar y apoyo incondicional a lo largo de mi vida profesional. Gracias a su acompañamiento, confianza y motivación me han permitido seguir creciendo, superando desafíos y alcanzando nuevas metas. Este logro no solo es mío, sino también de ustedes, que siempre han estado a mi lado, celebrando mis triunfos y brindándome su apoyo. Gracias por ser parte de mi camino y creer en mí siempre.

Agradecimiento

Quisiera agradecer a todas las mujeres que participaron en las entrevistas y compartieron conmigo su historia y anécdota vivida. También agradecer a mis padres por sus palabras de aliento y fuerza, a mis hermanas por siempre apoyarme en mis ideas y a mi prima Isabel por ser mi compañera de estudio y desvelos.

Agradecer a todas aquellas mujeres que fueron parte de esta investigación, por haber sido la clave fundamental para mejorar la seguridad de niñas, adolescentes y mujeres. También agradecer a mi madre por ser fuente de mi inspiración, a mi hermana que me motiva a crear un mejor futuro para todos y a mi prima Loussiana por ser mi apoyo emocional en los momentos más difíciles.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I. Información general **1**
1.1 Título del Proyecto de Innovación 1
1.2 Resumen del Proyecto de Innovación 1
II. Descripción de la innovación **2**
2.1. Investigar para diseñar 2
2.1.1. Actores del Proyecto 2
2.1.2. Contexto general 3
2.1.3. Problema y oportunidad 4
2.1.4. Reto de diseño 6
2.2. Diseñar para crear valor 6
2.2.1. Propuesta de valor 6
2.2.2. Solución 9
2.3. Diseñar el servicio 10
2.3.1. Blueprint del servicio 11
2.3.2. Artefacto(s) 12
2.3.3. Experimentos 13
2.4. Resumen del Proyecto de Innovación enfocado a la propuesta de valor 14
III. Conclusiones y recomendaciones **14**
2.1. Conclusiones 14
2.2. Recomendaciones 15
IV. Referencias Bibliográficas **16**
V. Anexos **17**
4.1. Instrumentos de Recolección de Datos y Validación 17

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1. Mapa de Actores 3
Ilustración 2. Hallazgos 5
Ilustración 3. Lienzo de propuesta de valor 9
Ilustración 4. Panel publicitario en paradero Centinela 10
Ilustración 5. Página web de Centinela 10
Ilustración 6. Blueprint del Servicio 11
Ilustración 7. Cuadro de interpretación. 17
Ilustración 8. Costumer Journey MAP to be del arquetipo 18
Ilustración 9. Prototipo de baja fidelidad 18
Ilustración 10. Prototipo de alta fidelidad: Paraderos Centinela 19
Ilustración 11. Página web realizada en Figma 19

I. Información general

1.1 Título del Proyecto de Innovación

Centinela: Monitoreo participativo y concienciación frente al espacio público inseguro para mujeres, niñas y adolescentes en Lima.

1.2 Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación llamado Centinela se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de Salud y asistencia social y la actividad económica de información y comunicaciones. Busca resolver la inseguridad cotidiana que enfrentan niñas, adolescentes y mujeres en paraderos de buses formales e informales de Lima, Perú, teniendo como población beneficiaria mujeres y niñas adolescentes limeñas entre 14 a 35 años estudiantes y trabajadoras expuestas al acoso e inseguridad diarios que necesitan una movilidad segura, ser escuchadas y visibilizadas.

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, entre otras, que son presentadas en detalle en el documento a continuación.

La solución innovadora presentada en forma de propuesta de valor consiste en publicidad impactante de tres pasos: observación, shock resonante y acción empoderadora, se trata de una plataforma híbrida físico digital de concienciación: anuncios impresos con qr en paraderos de buses, activando una web interactiva que registra el sexo, edad y distrito, en un formulario para anécdotas anónimas y reportes de zona inseguras. Visibilizando aspectos del triple balance como lo social (fomenta la voz comunitaria y demuestra la inseguridad en paraderos públicos), económico (bajo costo con co-financiamiento de marcas aliadas y voluntariado),

medio ambiental (materiales reciclables, apoyo de medios digitales que minimiza el uso de papel).

Para la experimentación se diseñaron prototipo(s) de imágenes en baja fidelidad acompañados de un formulario para descubrir la interacción y percepción del público al servicio, se realizaron entrevistas virtuales a personas con las características del arquetipo para recabar información válida y feedback. Se concluye que la solución propuesta tuvo, en una primera instancia, un buen recibimiento por parte de las entrevistadas.

Se concluye que, con cinco mujeres usuarias del transporte público mediante pruebas de baja fidelidad y entrevistas virtuales. Los principales hallazgos muestran un buen recibimiento de la propuesta, destacando su claridad, innovación y aporte a la sensación de seguridad. Sin embargo, la reducción directa de la inseguridad fue valorada de manera moderada, evidenciando que se trata de un problema estructural. Todas las participantes afirmaron haber vivido acoso y coincidieron en que los espacios públicos no garantizan plenamente su seguridad.

Por ello, se recomienda detectar los distritos con índice de inseguridad y seleccionar los estratégicos para iniciar con un proyecto piloto, de esta manera identificar y validar interacción con los paneles y QR. Posteriormente formalizar a nuestros aliados estratégicos que serán nuestro apoyo para una mayor visibilidad e impacto en el usuario.

II. Descripción de la innovación

2.1. Investigar para diseñar

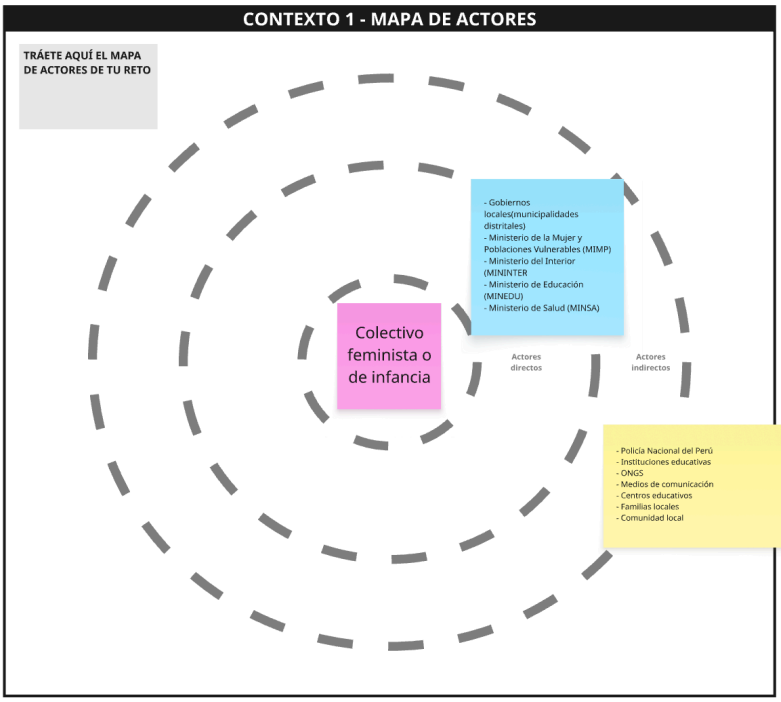
2.1.1. Actores del Proyecto

Para el presente proyecto de investigación se toma como actores principales a adolescentes y mujeres, estudiantes y trabajadoras voluntarias pertenecientes a los colectivos feministas que se encuentran expuestas diariamente a la inseguridad en los paraderos públicos.

Como actores directos a municipalidades, MIMP, ONGS feministas, Ministerio de educación y ATU (Autoridad de transporte Urbano) que habilitan implementación de datos y políticas antiacoso. Finalmente, como actores indirectos se tienen a los medios de comunicación, redes sociales y familias que amplifican la concienciación y sustentan un cambio cultural de manera más cercana.

Figura 1.

Mapa de actores



Nota. El actor central es el colectivo feminista o de infancia, los actores directos son los ministerios involucrados y el estado, y finalmente, los actores indirectos son los medios de comunicación, la PNP, ONG, centros educativos, familias y comunidades.

2.1.2. Contexto general

El proyecto de innovación Centinela busca operar en los distintos paraderos de buses de Lima Metropolitana, donde el caos del transporte público expone constantemente a niñas, adolescentes y mujeres al acoso y la inseguridad, muchas veces en medio de un silencio generalizado provocado por el miedo, el estigma y la falta de vigilancia.

El machismo continúa limitando su movilidad, pese a los esfuerzos de instituciones y campañas ya existentes. En alineación con el ODS 5 (Igualdad de Género), Centinela propone contribuir a la reducción de la inseguridad y la violencia mediante la educación en espacios públicos, a través de la exposición de experiencias reales, mensajes que generen identificación, la recopilación de datos y un enfoque de bajo impacto ambiental al funcionar como un medio híbrido físico-virtual.

Según el estudio del Instituto de la Opinión Pública de la PUCP (2020, como se citó en Paucar, 2022), en el año 2019, en Lima, el 88 % de las jóvenes entre 18 y 29 años fue víctima de diversas modalidades de acoso sexual en el entorno urbano. En ese contexto, Lima ha sido considerada una de las tres ciudades más riesgosas para las mujeres a escala global (World Economic Forum, 2016, como se citó en Paucar, 2022). Esta realidad se ve reforzada por cifras de la Municipalidad de Lima (2022, como se citó en Romero, 2023), que señalan que, de un total de 1 500 víctimas de acoso, solo 340 lograron recibir atención, lo que evidencia que la mayoría de las afectadas permanece fuera del sistema de apoyo.

A lo largo de los años, con el objetivo de visibilizar y denunciar el acoso sexual callejero, se han conformado redes de activismo feminista como Paremos el Acoso Callejero, con el respaldo de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), para fortalecer los mecanismos de denuncia y la sensibilización ciudadana, así como la Asociación APALA, que combate el acoso callejero y la violencia hacia las mujeres en espacios públicos (Paucar, 2022). Asimismo, se ha observado que el diseño y el estado de los espacios públicos influyen en la percepción de seguridad; el descuido urbano incrementa la sensación de vulnerabilidad en las ciudadanas (Florida, 2013, como se citó en Vera, 2020).

2.1.3. Problema y oportunidad

2.1.3.1 Problema

Durante la investigación del presente proyecto de innovación se identificó que, pese a la existencia de iniciativas como “Ponle Freno al Acoso” de la ATU, Yanapp del MIMP y las brigadas contra el acoso sexual, la problemática del acoso sexual en paraderos de Lima persiste como una situación estructural y normalizada que afecta principalmente a niñas, adolescentes y mujeres. Donde se evidencian el miedo, estigma y la hipervigilancia que se realiza al caminar o situarse en los paraderos limeños. A ello se suma que el marco normativo peruano reconoce y sanciona las conductas de acoso. La Ley N.° 30314, Ley para prevenir y sancionar el acoso sexual en espacios públicos, establece como objetivo proteger los derechos de las personas; en especial de las mujeres, frente a actos de connotación sexual no consentidos en espacios públicos (Congreso de la República del Perú, 2015).

Asimismo, el Código Penal peruano, mediante el artículo 176-B incorporado por el Decreto Legislativo N.° 1410, tipifica el delito de acoso sexual y contempla agravantes cuando la víctima es menor de edad (El Peruano, 2026). Estas disposiciones, junto con otras normas que buscan la protección de niñas, niños y adolescentes, evidencian que el Estado reconoce la gravedad del problema; sin embargo, la persistencia de los casos demuestra que la aplicación y el alcance de estas medidas aún enfrentan importantes desafíos en la práctica cotidiana.

De acuerdo con las entrevistas realizadas a mujeres pertenecientes a colectivos feministas, trabajadoras y estudiantes que utilizan el transporte público de manera diaria, se encontró lo siguiente:

Figura 2.



Hallazgos

En la Figura 2 se sintetizan las opiniones y sentimientos compartidos por las entrevistadas, reflejando una percepción constante de inseguridad y vulnerabilidad en el espacio público. Estos hallazgos coinciden con lo señalado por Patricia Alata, directora de Conocimiento de Lima Cómo Vamos, a RPP Noticias (Infobae, 2022), sostuvo que la ciudad resulta especialmente hostil para las mujeres, ya que enfrentan mayores situaciones de violencia y perciben niveles más altos de inseguridad; sin embargo, a pesar de ello, son quienes más utilizan y transitan el espacio público peatonal.

2.1.3.2 Oportunidad

La oportunidad se encuentra en transformar la ansiedad colectiva en voz mediante puntos estratégicos y recaudando datos demográficos y evidencias de riesgo para generar presión efectiva sobre autoridades y población, con la finalidad de mejorar puntos críticos de inseguridad en espacios públicos.

2.1.4. Reto de diseño

De acuerdo a la investigación previa, planteamos nuestro reto de diseño que se basa en la siguiente interrogante: ¿Cómo podríamos potenciar las capacidades de monitoreo y la incidencia política del colectivo feminista defensor de los derechos de la infancia y adolescencia, frente a las dinámicas de violencia que precarizan el espacio público en Lima?

Este reto busca dotar al colectivo de herramientas estratégicas para documentar y denunciar la inseguridad en los paraderos, transformando el registro de incidentes en una base de evidencia que desafíe la normalización del acoso sistemático en los paraderos o estaciones de bus.

2.2. Diseñar para crear valor

2.2.1. Propuesta de valor

La Propuesta de valor de Centinela se basa en ayudar a niñas, niños, adolescentes y mujeres a transformar su realidad cotidiana en potentes mensajes

visuales para romper la indiferencia de los ciudadanos y construir una comunidad más humana. En este lienzo de propuesta de valor podemos notar:

- Las tareas del arquetipo: Representan el conjunto de acciones preventivas y tácticas que las usuarias ejecutan de manera sistemática para mitigar los riesgos en el espacio público. Estas actividades se dividen en tres dimensiones críticas.

- Dolores del arquetipo: La experiencia de las usuarias en el entorno urbano está marcada por una profunda carga de estrés psicológico y barreras emocionales que condicionan su movilidad. Estos dolores se manifiestan principalmente en una hipervigilancia defensiva ante la posibilidad de robos, donde el temor no radica únicamente en la pérdida material, sino en quedar incomunicados ante una emergencia. Asimismo, existe una tensión constante entre la necesidad de auxilio y el deseo de no alarmar al entorno familiar, lo que deriva en una autogestión silenciosa del riesgo y en la búsqueda de redes de apoyo externas para monitorear la llegada a destino. Finalmente, el entorno hostil del transporte público, caracterizado por el asedio de terceros y la imposibilidad de disfrutar el trayecto de forma relajada, anula el derecho al uso pleno de la ciudad, obligando a las adolescentes a sacrificar su comodidad por una sensación efímera de seguridad.

- Las ganancias perseguidas por el arquetipo se centran en la obtención de seguridad psicológica y eficiencia operativa durante sus desplazamientos en Lima. Estas expectativas se traducen en la búsqueda de mecanismos de comunicación inmediata que permitan reportar incidentes a sus redes de apoyo y compartir su ubicación en tiempo real, transformando el trayecto en una ruta vigilada y acompañada. Asimismo, la usuaria aspira a optimizar su interacción con el entorno físico mediante la agilización de procesos, como el pago anticipado del pasaje, con el fin de reducir la exposición innecesaria de pertenencias valiosas y mitigar los niveles de ansiedad. Finalmente, estas ganancias incluyen el fortalecimiento de la protección mutua entre mujeres y

la tranquilidad de confirmar una llegada segura, factores que facilitan el descanso y reducen la carga de estrés acumulada por la hipervigilancia diaria.

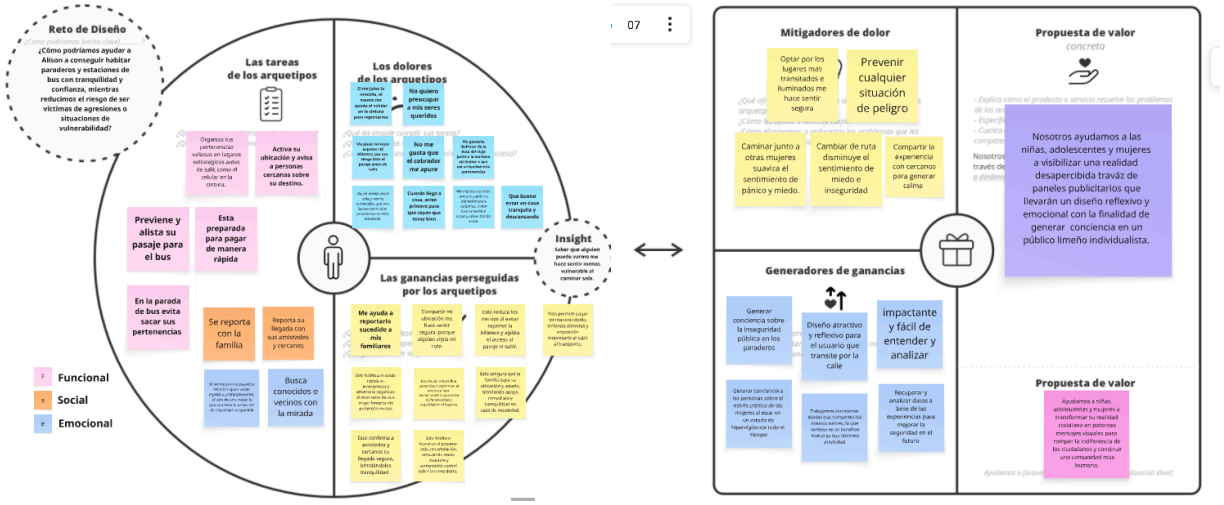
- Mitigadores de dolor: Se definen como las tácticas de afrontamiento que reducen la inseguridad de las usuarias mediante la optimización del entorno y el acompañamiento social. Estas estrategias priorizan el tránsito por espacios con alta visibilidad e iluminación para mitigar el pánico situacional, junto con el fomento de la movilidad colectiva entre mujeres para reducir la sensación de vulnerabilidad. Asimismo, la capacidad de alterar rutas ante posibles amenazas permite a las adolescentes recuperar el control sobre su desplazamiento, transformando un trayecto hostil en una experiencia de navegación más segura y vigilada.

- Generadores de ganancias: Se centran en ofrecer una plataforma dinámica y de alta usabilidad, con un diseño intuitivo que garantiza una experiencia cómoda para los usuarios. El servicio proporciona herramientas tecnológicas esenciales para fortalecer la confianza y la seguridad de las mujeres durante sus desplazamientos. Finalmente, el modelo integra alianzas estratégicas con marcas aliadas que comparten valores sociales, logrando un beneficio mutuo que aumenta la visibilidad del proyecto y garantiza su accesibilidad en el espacio público.

- Propuesta de valor: Nosotros ayudamos a las niñas, adolescentes y mujeres a visibilizar una realidad desapercibida a través de paneles publicitarios que llevarán un diseño reflexivo y emocional con la finalidad de generar conciencia en un público limeño individualista. Realizaremos potentes mensajes visuales para romper la indiferencia de los ciudadanos y construir una comunidad más humana.

Figura 3.

Lienzo de Propuesta de Valor



Nota. Se nombran las tareas del arquetipo, identificándose como funcionales, sociales y emocionales. A su vez, visualizamos sus dolores y ganancias perseguidas. En el segmento de mercado notamos los mitigadores del dolor, generadores de ganancia e identificamos nuestra propuesta de valor.

2.2.2. Solución

Ecosistema híbrido que conecta el espacio físico con el digital mediante paneles publicitarios en los paraderos de Lima. El servicio inicia con mensajes de impacto que visualiza el acoso e inseguridad muchos de estos paneles publicitarios serán un co-branding de la mano con marcas reconocidas que compartan los mismos valores y se preocupen por dar solución a esta problemática, sirviendo como primer punto de contacto visual.

Este se vincula, a través de un código QR, a una plataforma web que solicita tus datos básicos como: edad, sexo, distrito, departamento, hora y fecha del acontecimiento. De esta manera podrás realizar un reporte o contarnos tu experiencia de forma anónima. Finalmente, el equipo de Centinela transforma estos reportes en una base de datos estratégica y cifras públicas para la toma de conciencia ciudadana y presión a la acción de la autoridad.

2.3. Diseñar el servicio

A continuación, se presenta el prototipo de fidelidad alta del proyecto de innovación Centinela en los paraderos de Lima y su página web.

Figura 4.

Panel publicitario en paradero Centinela



Nota. Podemos observar en la imagen el panel publicitario de paradero incorporado con el diseño de Centinela incluyendo el QR que dirige a la página web.

Figura 5.

Página web de Centinela



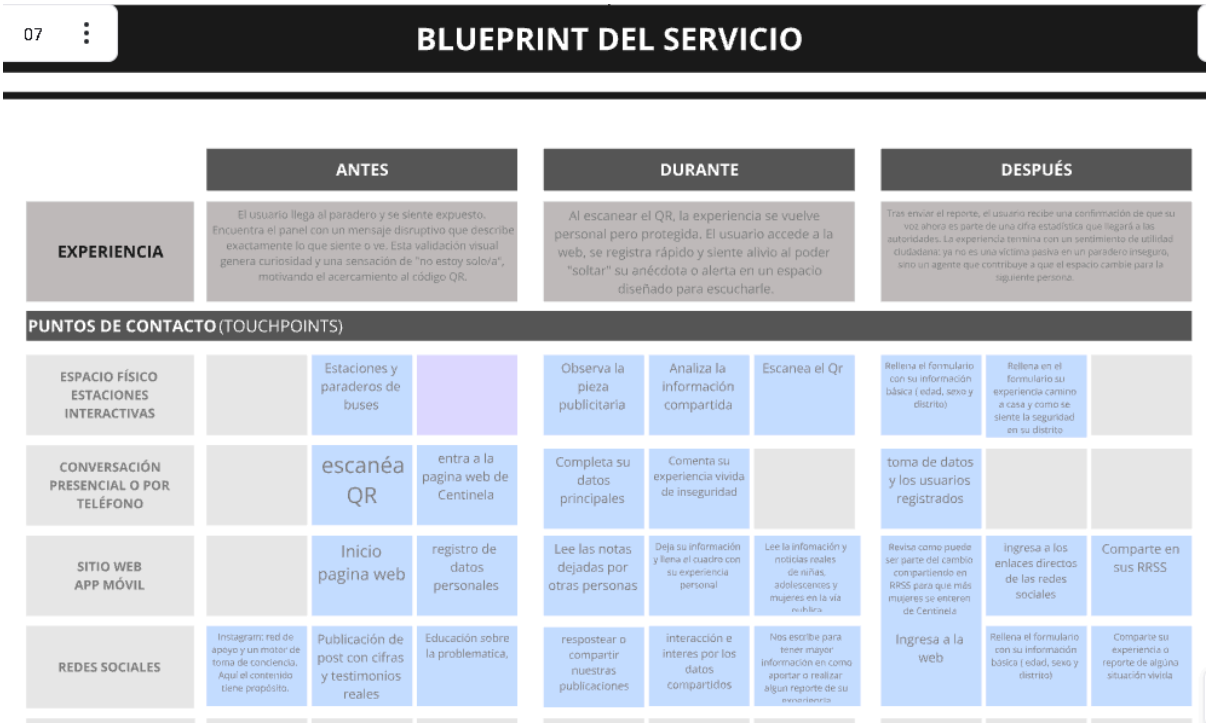
Nota. En esta figura observamos el inicio de la página web de Centinela.

2.3.1. Blueprint del servicio

La experiencia del usuario se percibe por medio del Blueprint del servicio; que en términos generales, consiste en publicidad impactante de tres pasos: observación, reflexión e impacto de la realidad y respuesta a la situación.

Figura 6.

Blueprint del Servicio



Nota. En esta figura visualizamos la experiencia del usuario con el prototipo por tres tiempos: antes, durante y después.

El **antes** se describe por la acción del usuario cuando llega al paradero y se siente vulnerable. Encuentra el panel con un mensaje disruptivo que describe exactamente lo que siente o ve junto a un llamado a la acción. Esta validación visual genera intriga y una sensación de "no estoy solo/a", motivando el acercamiento al código QR.

Luego, en el **durante,** al escanear el QR con su dispositivo, la experiencia se vuelve personal e íntima pero protegida. El usuario accede a la web, El registro es

fácil y sencillo, siente alivio al poder "soltar" su anécdota o alerta en un espacio diseñado para escucharle.

Finalmente, el **después** sucede cuando se envía el reporte, dónde el usuario recibe una confirmación de que su voz ahora es parte de una cifra estadística que llegará a las autoridades. La experiencia termina con un sentimiento de utilidad ciudadana: ya no es una víctima pasiva en un paradero inseguro, sino un agente que contribuye a que el espacio cambie para la siguiente persona.

2.3.2. Artefacto(s)

A continuación se presentarán las herramientas tanto digitales como físicas que se usarán durante la experiencia e interacción que tenga el usuario con Centinela:

- Panel Informativo de Respuesta Inmediata (Artefacto Principal):
  Este es el componente físico ubicado estratégicamente en los paraderos de transporte público. Consiste en una pieza gráfica de alto impacto visual que contiene un código QR. Actúa como un elemento disuasorio para el agresor y proporciona a la víctima un acceso directo, sin necesidad de descargas previas, a la interfaz de reporte de Centinela. Es el punto de entrada que transforma un espacio de riesgo en un punto de registro del incidente.

- Interfaz Digital de Registro (página web):
  Es la plataforma web a la que se accede tras escanear el código QR. Permite a la usuaria geolocalizar el incidente en tiempo real y describir la situación vivida o que percibió a su alrededor. Es crucial para la recopilación de datos, ya que convierte un evento aislado en un registro estadístico valioso.

- Red social Instagram y canal de difusión:
  Material digital diseñado para la sensibilización y educación. Es un medio de comunicación estratégica que busca normalizar el uso de los paneles QR e

informar sobre la situación que enfrentamos y de qué manera debemos actuar para realizar un cambio.

2.3.3. Experimentos

Para la experimentación se crearon prototipo(s) de imágenes empezando por baja fidelidad acompañados de un formulario para descubrir la interacción y percepción del público al servicio, se realizaron entrevistas virtuales a personas con las características del arquetipo para recabar información válida y feedback. Se concluye que la solución propuesta tuvo, en una primera instancia, un buen recibimiento por parte de las entrevistadas.

En una escala del 1 al 5; donde 1 corresponde a “no” y 5 a “sí”, se obtuvieron los siguientes resultados: una calificación de 5 en cuanto a la facilidad para comprender el mecanismo; 4 en innovación e interés por el proyecto; 4 en el aumento del sentimiento de seguridad en espacios públicos; 3 respecto a su capacidad para reducir la inseguridad; y 4 en utilidad general. Estos resultados reflejan una percepción positiva hacia la propuesta, especialmente en términos de claridad, pertinencia e impacto en la sensación de seguridad. No obstante, la valoración intermedia en la reducción de la inseguridad sugiere que, si bien la iniciativa es bien recibida, las participantes consideran que aún existen factores externos que influyen en la problemática y que no pueden resolverse únicamente con esta solución.

En términos generales, todas las entrevistadas señalaron haber experimentado alguna situación de inseguridad o acoso en espacios públicos. A partir de estas experiencias, varias comentaron que han desarrollado rutas específicas o estrategias personales para evitar sentirse en riesgo. Asimismo, coincidieron en que los espacios públicos actuales no están adecuadamente equipados ni diseñados para garantizar la seguridad de niñas y adolescentes. Finalmente, expresaron que difícilmente podrían sentirse completamente seguras en una zona pública, evidenciando que la percepción de inseguridad es una

preocupación constante que influye en la manera en que habitan y transitan estos espacios.

2.4. Resumen del Proyecto de Innovación enfocado a la propuesta de valor

El proyecto de innovación enfocado en la propuesta de valor de Centinela se centra en transformar las estaciones de buses urbanas en una red de protección activa mediante el diseño de paneles publicitarios reflexivos y emocionales. A través de códigos QR estratégicos, ofrecemos a las usuarias una herramienta de visibilización y auxilio que rompe la indiferencia social en Lima. Nuestro diferencial radica en convertir el reporte ciudadano en evidencia técnica y mapas de calor para las autoridades, permitiendo que la inseguridad deje de ser invisible y se convierta en acciones preventivas reales, construyendo así una comunidad más humana, segura y conectada.

III. Conclusiones y recomendaciones

2.1. Conclusiones

La investigación confirma que la inseguridad y el acoso sexual en los paraderos de transporte público de Lima Metropolitana constituyen una problemática estructural, persistente y profundamente normalizada en la vida cotidiana de niñas, adolescentes y mujeres. La evidencia empírica recogida a través de entrevistas cualitativas demuestra que el 100 % de las participantes ha vivido al menos una experiencia de acoso o inseguridad en el espacio público, lo que coincide con cifras nacionales que indican que el 88 % de jóvenes entre 18 y 29 años en Lima ha sido víctima de acoso sexual en entornos urbanos. Asimismo, los testimonios revelan prácticas constantes de hipervigilancia, modificación de rutas y autogestión silenciosa del riesgo, lo que evidencia que, pese a la existencia de la Ley N.° 30314 y de iniciativas institucionales como las brigadas antiacoso o campañas de sensibilización, la percepción de inseguridad continúa siendo alta y el acceso a sistemas de apoyo sigue siendo limitado. En este contexto, Centinela responde a una situación real y persistente a lo largo de los años al estar presente en las calles y, especialmente, en los paraderos de los distritos de Lima.

Los resultados de la fase de experimentación validan que la propuesta de Centinela, concebida como un ecosistema híbrido físico-digital, tiene un alto nivel de aceptación y comprensión por parte de las usuarias, lo que demuestra la pertinencia del enfoque de diseño centrado en la experiencia y la participación ciudadana. En las pruebas realizadas, la facilidad de comprensión del sistema obtuvo una calificación promedio de 5 sobre 5, mientras que la innovación, utilidad general y el aumento de la sensación de seguridad alcanzaron valoraciones de 4 sobre 5. Si bien la capacidad de reducción directa de la inseguridad fue evaluada con un puntaje intermedio (3 sobre 5), este resultado refuerza la idea de que el acoso y la violencia en el espacio público son problemas complejos que requieren intervenciones multisectoriales. No obstante, Centinela brinda un aporte importante en la sociedad, como transformar las experiencias individuales en datos visibles, generar identificación emocional, romper el silencio y posicionar a la usuaria como agente activa de cambio, lo que constituye un primer paso fundamental para incidir en la mejora del entorno urbano y en la toma de decisiones por parte de las autoridades.

2.2. Recomendaciones

Se recomienda implementar Centinela a través de un proyecto piloto focalizado en distritos de Lima Metropolitana que presenten mayores índices de inseguridad y denuncias por acoso sexual en espacios públicos, tal como se sugiere en la investigación. Esta fase inicial permitiría evaluar con mayor profundidad el comportamiento real de las usuarias frente a los paneles publicitarios, el uso del código QR y la disposición a compartir reportes anónimos. Asimismo, facilita la medición de variables clave como frecuencia de interacción, horarios críticos, zonas de mayor incidencia y perfil demográfico de las usuarias. Contar con esta información permitirá optimizar el diseño de los mensajes, mejorar la experiencia digital y fortalecer la generación de mapas de calor que sirvan como evidencia concreta para las municipalidades y entidades responsables del transporte y la seguridad ciudadana.

En segunda instancia, se sugiere consolidar alianzas estratégicas formales con municipalidades, la Autoridad de Transporte Urbano (ATU), el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), colectivos feministas y marcas privadas con enfoque de responsabilidad social. Estas alianzas permitirán no solo asegurar la viabilidad económica del proyecto mediante cofinanciamiento y voluntariado, sino también garantizar que los datos recopilados por Centinela sean utilizados como insumo técnico para la formulación de políticas públicas, campañas preventivas y mejoras en el diseño urbano. De este modo, la plataforma podrá trascender su función de sensibilización y posicionarse como una herramienta de incidencia real, capaz de contribuir a la construcción de espacios públicos más seguros, visibles y humanos, donde la experiencia de las mujeres deje de ser ignorada y pase a ser un eje central de la planificación urbana.

IV. Referencias Bibliográficas

Congreso de la República del Perú. (2015, 26 de marzo). *Ley para prevenir y sancionar el acoso sexual en espacios públicos* (Ley 30314). https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/ExpVirPal/Texto_Consolidado/30314-TXM.pdf

El Peruano. (2026, 12 de febrero). *Código Penal* (Decreto Legislativo N° 635). https://diariooficial.elperuano.pe/Normas/obtenerDocumento?idNorma=2

Infobae. (2022, 3 de noviembre). *39% de mujeres de Lima Metropolitana ha sido víctima de acoso callejero y en el transporte público.* Infobae. https://www.infobae.com/america/peru/2022/11/04/39-de-mujeres-de-lima-metropolitana-ha-sido-victima-de-acoso-callejero-y-en-el-transporte-publico/

Paucar, M. (2022). *Significaciones y experiencias de las mujeres sobre el acoso sexual en espacios públicos en Lima Metropolitana* [Tesis de licenciatura, Universidad de Lima]. Repositorio institucional de la Universidad de Lima. https://hdl.handle.net/20.500.12724/15614

Romero, I. (2023). *El delito de acoso sexual callejero y la inseguridad ciudadana en el distrito de Surco, 2023* [Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú. https://hdl.handle.net/20.500.13067/2728

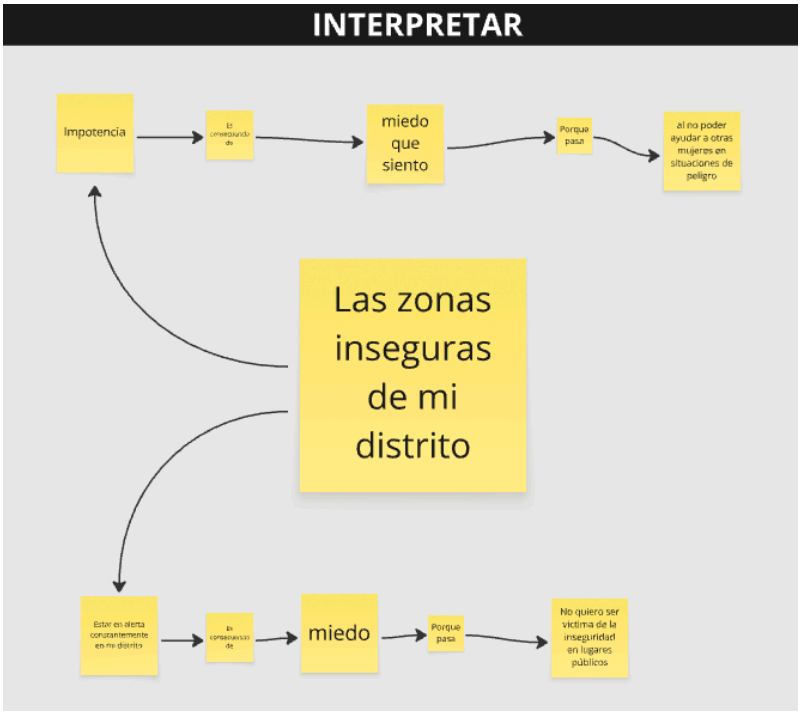
Vera, P. (2020). *Smart Stop: Paradero Inteligente que reduce el miedo a consecuencia de la inseguridad ciudadana en Lima Metropolitana* [Tesis de bachiller, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio Digital de Tesis y Trabajos de Investigación PUCP. http://hdl.handle.net/20.500.12404/22596

V. Anexos

4.1. Instrumentos de Recolección de Datos y Validación

Figura 7.

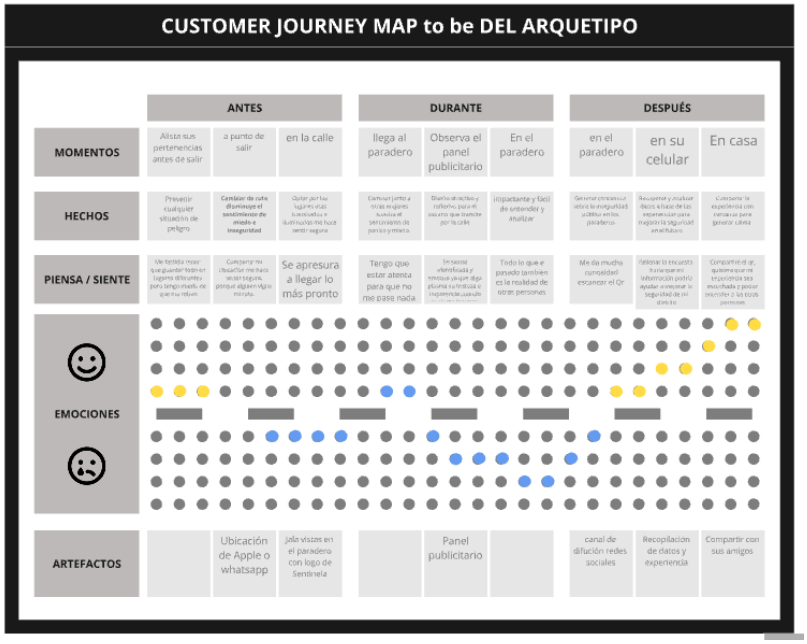
Cuadro de interpretación.



Nota. Cuadro creado con la recopilación de datos extraídos de las entrevistas realizadas, se puede observar un mapa que muestra la conexión de acciones, pensamientos y el sentir de un usuario respecto a las zonas inseguras de un distrito.

Figura 8.

Costumer Journey MAP to be del arquetipo



Nota. Observamos en el cuadro una representación de las acciones que esperamos que el usuario realice frente a la propuesta innovadora.

Figura 9.

Prototipo de baja fidelidad



Nota. Se realizó un primer prototipo que se exhibió con nuestras entrevistadas.

Figura 10.

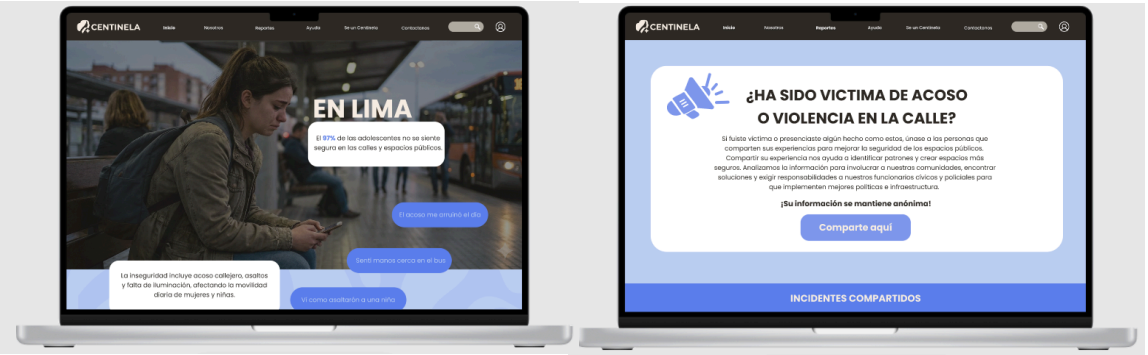
Prototipo de alta fidelidad: Paraderos Centinela



Nota. Podemos notar los primeros paneles publicitarios de Centinela ubicados en los paraderos, el primer un diseño netamente de la marca y el segundo panel se generó un cobranding en colaboración con la marca Entel.

Figura 11.

Página web realizada en Figma



Nota. En estas 2 imágenes se muestran pantallas de la página web Centinela, donde realizan los reportes e incidentes que el usuario presencia en el espacio público.

- **Link de Figma:** https://www.figma.com/proto/IDtVkvdw2hpr2egpaVnpyw/SENTINELA?node-id

=1-4&p=f&t=kXrPNdpXT2pRNKFM-1&scaling=scale-down&content-scaling=fixed&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=1%3A4

- **Drive de entrevistas**
  Link:
  https://drive.google.com/drive/folders/1zhCOiJdQJdrsRtT91LBoKr0lGfcikwb0?usp=sharing