ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA TOULOUSE LAUTREC

ALMA: Servicio local de acompañamiento y apoyo para adolescentes mujeres que transitan por el Parque Cívico de Mangomarca y su entorno inmediato, San Juan de Lurigancho

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

PRESENTADO POR
Josefina Del Milagro Medianero Robles
DNI: 70670336, Perú
ORCID: 0009-0002-6465-5199

PROYECTO DE INNOVACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER EN PUBLICIDAD Y MARKETING DIGITAL

PRESENTADO POR
Nixo Esteban Martinez Monterola
DNI: 48220147, Perú
ORCID: 0009-0002-3544-2258

ASESORES
Miguel Ángel Fernández de la Cruz
DNI: 47126183, Perú
ORCID: 0009-0002-9502-5624

Flor de Lis Ibarra Ventocilla
DNI: 72750933, Perú
ORCID: 0000-0002-4004-5727

JURADO
Rojas Gordillo Cesar Efrain
Vidaurre Arévalo José Alberto
Mora Sifuentes Jasmine Erika

Lima, octubre 2026.

Turnitin-2020150984-2021164806-MEDIANERO-MARTINEZ.pdf

Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::11391:634242464

Fecha de entrega
4 oct 2026, 10:50 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
4 oct 2026, 11:17 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Turnitin-2020150984-2021164806-MEDIANERO-MARTINEZ.pdf

Tamaño del archivo
19.0 MB

59 páginas

8188 palabras

46.779 caracteres

13% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

4%	Fuentes de Internet
2%	Publicaciones
12%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

DEDICATORIA

A mi mamá, América Robles, y a mi tía, Norma Robles, por estar a mi lado en cada etapa de este camino. Gracias por su amor, por escucharme, por darme ánimos cuando más los necesitaba y por confiar en mí, incluso en aquellos momentos en los que yo misma tenía dudas. Su compañía y sus consejos me dieron fuerzas para seguir adelante.

A mis hermanos y a todas las personas que estuvieron presentes durante estos años, gracias por cada palabra de aliento, por su comprensión y por compartir conmigo tanto los momentos difíciles como las pequeñas alegrías que hicieron especial este recorrido. Les dedico este logro con mucho cariño, porque, de una u otra manera, también forman parte de él.

— Josefina

A mi mamá, hay logros que llevan un nombre, pero detrás de ellos existe una historia que no siempre se ve. Esta es también tu historia. Gracias por cada vez que pusiste mis sueños por delante de los tuyos, por celebrar mis pequeños avances como si fueran enormes y por estar ahí, incluso cuando no sabía cómo seguir.

Hoy termino una etapa que me costó esfuerzo, tiempo y muchas emociones. Y mientras miro todo lo que he recorrido, solo puedo pensar en lo afortunada que soy de haber tenido a mi mamá acompañándome en el camino. La vida me permitirá cumplir muchos sueños más, pero ninguno tendrá el mismo significado que este: saber que puedo entregarte este logro y decirte que una parte de él siempre será tuya.

Porque podrán pasar los años, pero para ti seguiré siendo ese niño que un día soñó con llegar hasta aquí. Gracias por todo, mamá. Este logro también es para ti. Te amo.

— Nixo

AGRADECIMIENTO

Queremos agradecer a Toulouse Lautrec por acompañarnos durante nuestra formación académica y brindarnos los conocimientos, las herramientas y las experiencias que nos permitieron crecer tanto personal como profesionalmente. A lo largo de estos años, aprendimos a enfrentar nuevos desafíos, desarrollar nuestras capacidades y descubrir diferentes maneras de expresar nuestras ideas.

A nuestros asesores, les agradecemos sinceramente por su tiempo, paciencia y dedicación durante el desarrollo de este proyecto. Sus consejos y observaciones nos ayudaron a mejorar nuestras propuestas, resolver nuestras dudas y encontrar nuevas perspectivas cuando las cosas no resultaban como esperábamos. Valoramos mucho su disposición para orientarnos en cada etapa de este proceso.

También queremos agradecer a nuestras familias y a todas las personas que estuvieron a nuestro lado durante este camino. Gracias por comprender los momentos de ausencia, por alentarnos cuando el cansancio se hacía presente y por confiar en nosotros incluso en los días más difíciles.

Llegar hasta aquí significó esfuerzo, dedicación, aprendizajes y muchos retos que fuimos superando juntos. Hoy cerramos esta etapa con gratitud y con la satisfacción de haber alcanzado una meta importante en nuestras vidas.

A todos los que formaron parte de este recorrido, gracias por acompañarnos y hacer que este logro sea aún más especial.

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 4

2.1.3. Problema y oportunidad 6

2.1.4. Reto de diseño 7

2.2. Diseñar para crear valor 7

2.2.1. Propuesta de valor 7

2.2.2. Solución 9

2.3. Diseñar el servicio 13

2.3.1. Blueprint del servicio 13

2.3.2. Artefacto(s) 20

2.3.3. Experimentos 25

2.3.4. Estructura de costos e ingresos 28

III. Conclusiones y recomendaciones 31

3.1. Conclusiones 31

3.2. Recomendaciones 33

IV. Referencias Bibliográficas 34

V. Anexos 35

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ficha del arquetipo Camila Flores 3
Figura 2 Mapa mental de interpretación sobre la información adquirida 6
Figura 3 Lienzo de propuesta de valor 8
Figura 4 Conceptualización del servicio 9
Figura 5 Mascota ALMA 10
Figura 6 Kit de identificación y orientación ALMA | Red de apoyo ALMA 11
Figura 7 Aplicación ALMA en baja fidelidad 13
Figura 8 Aplicación ALMA en alta fidelidad 14
Figura 9 Interfaz de acompañamiento activo 15
Figura 10 Interfaz puntos ALMA 16
Figura 11 Interfaz emociones y respuestas rápidas 17
Figura 12 Interfaz de voz 18
Figura 13 Interfaz de beneficios ALMA 18
Figura 14 Interfaz foro 19
Figura 15 Interfaz equipo ALMA 21
Figura 16 Blueprint del Servicio | Puntos de contacto 23
Figura 17 Blueprint del Servicio | Actividades clave 25
Figura 18 Kit de identificación y orientación ALMA 27
Figura 19 Aplicación ALMA 31
Figura 20 Plataforma ALMA 32
Figura 21 Red de apoyo 33
Figura 22 Pruebas de usabilidad del prototipo ALMA 36
Figura 23 Resultados de la experimentación ágil 36
Figura 24 Entrevista presencial 44
Figura 25 Entrevista virtual 45
Figura 26 Resultados obtenidos durante la experimentación 48

I. Información general

I.1. Título del Proyecto de Innovación

ALMA: Servicio local de acompañamiento y apoyo para adolescentes mujeres que transitan por el Parque Cívico de Mangomarca y su entorno inmediato, San Juan de Lurigancho.

I.2. Resumen del Proyecto de Innovación

El proyecto de innovación **ALMA** se plantea en el contexto del área estratégica de desarrollo prioritario de **Salud y bienestar social** y de la actividad económica de **Salud humana y asistencia social**. Busca responder a la limitada disponibilidad de alternativas claras y reconocibles de apoyo, orientación y acompañamiento para adolescentes mujeres de 14 a 16 años que transitan por el **Parque Cívico de Mangomarca y su entorno inmediato**, en San Juan de Lurigancho. La investigación evidenció que, ante situaciones de incomodidad o percepción de riesgo, las adolescentes modifican sus recorridos, evitan determinados espacios o buscan desplazarse acompañadas, lo que puede limitar su autonomía en el uso del espacio público.

Se aplicó la metodología de resolución creativa de problemas mediante herramientas de **Design Thinking**, con un enfoque centrado en las usuarias, y principios de **Lean Startup** orientados a la experimentación e implementación progresiva de la propuesta. Durante el proceso se utilizaron herramientas como entrevistas, observación, construcción de arquetipos, mapa de actores, mapa de experiencia, interpretación de hallazgos, reto de diseño y lienzo de propuesta de valor, permitiendo comprender las necesidades de las adolescentes y definir oportunidades de intervención desde el diseño de servicios.

La solución consiste en **ALMA, un servicio local de acompañamiento y apoyo que articula recursos territoriales, comunitarios y digitales**. La propuesta integra Puntos ALMA, personas capacitadas, comercios, familias, vecinos, instituciones y autoridades con herramientas digitales de comunicación, orientación y acompañamiento. A través de esta red, las adolescentes pueden

reconocer recursos disponibles en su entorno, acceder a distintas alternativas de apoyo y decidir cómo actuar de acuerdo con la situación que estén experimentando, fortaleciendo su autonomía durante sus recorridos.

Para la experimentación se desarrollaron **prototipos de baja y alta fidelidad** que permitieron representar los principales puntos de contacto del servicio, entre ellos el aplicativo móvil, los Puntos ALMA, la plataforma web y los recursos territoriales. Se realizaron sesiones presenciales con adolescentes de 14 a 16 años para evaluar la comprensión de la propuesta, la utilidad de sus recursos, la interacción con los componentes digitales y el reconocimiento de los puntos de apoyo. Los resultados permitieron identificar oportunidades de mejora relacionadas con la claridad de las funciones digitales, la visibilidad de los Puntos ALMA y la articulación entre los componentes físicos y digitales del servicio.

Se concluye que **la orientación y el acompañamiento pueden fortalecerse cuando las adolescentes disponen de una red de apoyo reconocible y de distintas alternativas para actuar según sus necesidades**, en lugar de depender únicamente de estrategias individuales de autoprotección. Se recomienda continuar validando ALMA con una muestra más amplia de adolescentes, optimizar la experiencia de los recursos digitales y territoriales, fortalecer la capacitación de la red local y establecer mecanismos de seguimiento que permitan evaluar el funcionamiento y evolución del servicio.

II. Descripción de la innovación

2.1. Investigar para diseñar

2.1.1. Actores del Proyecto

El proyecto ALMA está dirigido principalmente a **adolescentes mujeres de entre 14 y 16 años** que suelen pasar tiempo o desplazarse por el Parque Cívico de Mangomarca y sus alrededores, en San Juan de Lurigancho. Para conocer mejor sus experiencias, se realizaron entrevistas y observaciones que

permitieron comprender cómo utilizan estos espacios y qué situaciones afectan la manera en que se sienten al recorrerlos.

Durante la investigación, las adolescentes compartieron experiencias relacionadas con **miradas incómodas, comentarios de acoso verbal y el temor de caminar solas por determinadas zonas.** También se identificó que algunas prefieren salir acompañadas o cambiar sus recorridos para sentirse más tranquilas.

Con lo aprendido, **se construyó el arquetipo de Camila,** una adolescente de 15 años que reúne varias de las características y experiencias identificadas durante la investigación (Figura 1). Su perfil permitió comprender cómo ciertas situaciones pueden influir en sus decisiones cotidianas, como evitar algunos lugares, elegir otros caminos, cambiar sus horarios o mantenerse atentas a lo que ocurre a su alrededor.

Además de las adolescentes, se identificaron otros actores que podrían contribuir al funcionamiento de ALMA: familiares, vecinos, comerciantes, personas capacitadas como parte de la red ALMA, instituciones, serenazgo, autoridades locales y el equipo encargado de gestionar el servicio.

Figura 1

Ficha del arquetipo Camila Flores



2.1.2. Contexto general

ALMA se desarrolla en el **Parque Cívico de Mangomarca y sus alrededores, ubicado en San Juan de Lurigancho, Lima.** El área de estudio comprende el parque, sus accesos, las calles que lo rodean y otros espacios cercanos por donde las adolescentes suelen desplazarse en sus actividades diarias. Este entorno forma parte de uno de los distritos con mayor concentración de población del país. Según los Censos Nacionales 2025, San Juan de Lurigancho continúa siendo **el distrito más poblado del Perú,** con aproximadamente 1 millón 125 mil habitantes (INEI, 2026).

Otro aspecto importante del contexto es la situación de violencia que afecta al distrito. Durante 2025, los seis Centros Emergencia Mujer y Familia de San Juan de Lurigancho atendieron 3326 casos de violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar (Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables [MIMP], 2026). Asimismo, se encuentra vigente la Ordenanza Municipal N.° 490-MDSJL, que establece medidas para prevenir, prohibir y sancionar el acoso sexual callejero en espacios públicos, prestando especial atención a mujeres, niñas, niños y adolescentes (Municipalidad Distrital de San Juan de Lurigancho,

2024). Es importante precisar que estas cifras corresponden al distrito en general y no representan casos registrados específicamente en el Parque Cívico de Mangomarca.

Para conocer de manera más cercana lo que sucede en el lugar, se realizaron observaciones del entorno y entrevistas a cuatro adolescentes. Durante las visitas se prestó atención a los accesos, las rutas de tránsito, las calles cercanas, la iluminación, la señalización, los elementos de seguridad y la manera en que las personas utilizan estos espacios. Las entrevistas permitieron conocer experiencias relacionadas con miradas incómodas, situaciones de acoso verbal, temor a caminar solas y la necesidad de contar con compañía durante determinados recorridos. También se identificó que algunas características del entorno influyen en cómo perciben y experimentan estos desplazamientos.

A partir de esta realidad, ALMA se relaciona con el **Objetivo de Desarrollo Sostenible 5: Igualdad de género,** particularmente con la meta 5.2, que busca eliminar las distintas formas de violencia contra las mujeres y las niñas, tanto en espacios públicos como privados (ONU, s. f.). Esta vinculación responde a las experiencias recogidas durante la investigación, que muestran cómo ciertas situaciones pueden influir en las decisiones de las adolescentes al transitar o permanecer en espacios públicos. Frente a ello, ALMA plantea un servicio que busca ofrecer alternativas de orientación y acompañamiento, respetando siempre la capacidad de las adolescentes para decidir cómo actuar según sus necesidades.

2.1.3. Problema y oportunidad

Según las entrevistas y observaciones realizadas en el Parque Cívico de Mangomarca y su entorno inmediato, se identificó que

determinadas situaciones pueden generar incomodidad o percepción de riesgo durante los recorridos de las adolescentes. Entre los principales hallazgos se encontraron situaciones de acoso, sensación de inseguridad al desplazarse sin compañía y condiciones del entorno que influyen en su experiencia del espacio público.

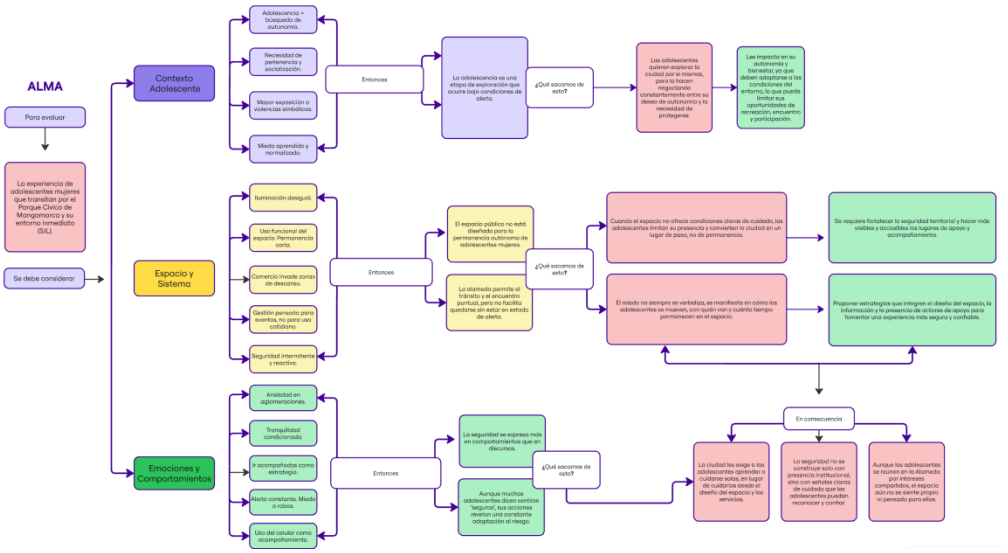
El análisis posterior de estas experiencias mostró que las adolescentes pueden responder **evitando determinados lugares, cambiando de ruta, modificando sus horarios o manteniéndose en constante alerta.** Si bien estas estrategias les permiten adaptarse a las condiciones que perciben en el entorno, también pueden condicionar la libertad con la que deciden cómo, cuándo y con quién utilizar el espacio público.

En ese sentido, el problema identificado no se limita únicamente a las condiciones físicas del espacio, sino también a la limitada disponibilidad de alternativas de apoyo reconocibles durante sus recorridos, lo que puede generar una mayor dependencia de estrategias individuales de autoprotección.

A partir de ello surge la oportunidad de **plantear alternativas de apoyo, acompañamiento y orientación que amplíen las opciones disponibles para las adolescentes** y les permitan tomar decisiones con mayor autonomía según la situación que experimenten. Esta oportunidad constituye la base para el posterior desarrollo del servicio ALMA.

Figura 2

Mapa mental de interpretación sobre la información adquirida



2.1.4. Reto de diseño

Tras revisar la información recopilada durante la investigación y comprender las experiencias representadas en el arquetipo, se planteó el siguiente desafío de diseño:

¿Cómo podríamos ayudar a Camila Flores, adolescente de 15 años que vive y transita por el Parque Cívico de Mangomarca y su entorno inmediato, en San Juan de Lurigancho, a conseguir un tránsito seguro y confiable, sin depender constantemente de estrategias de autoprotección, mientras reducimos las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos públicos?

2.2. Diseñar para crear valor

2.2.1. Propuesta de valor

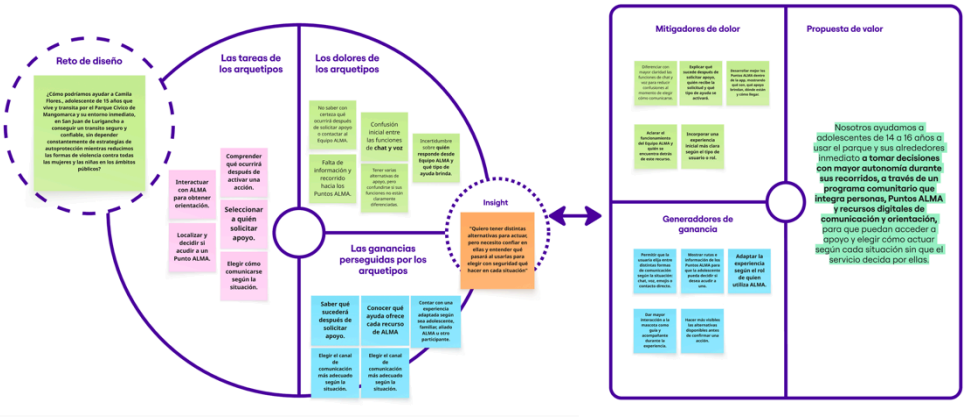
El análisis de los resultados de la investigación, junto con la identificación de las tareas, dificultades y beneficios esperados del arquetipo, permitió desarrollar una propuesta de valor enfocada en brindar a las adolescentes mayores alternativas para tomar decisiones con autonomía durante sus desplazamientos por el Parque Cívico de Mangomarca y su entorno inmediato.

La propuesta busca que adolescentes como Camila puedan utilizar el parque y sus alrededores con mayor libertad de decisión, contando con alternativas de apoyo, acompañamiento y orientación que les permitan reconocer las condiciones de su entorno y acceder a ayuda cuando la necesiten. De esta manera, se busca reducir la necesidad de recurrir constantemente a acciones como modificar recorridos, cambiar horarios, evitar determinados lugares o depender de estar acompañadas como principal estrategia de protección.

En ese sentido, la propuesta de valor busca proporcionar a las adolescentes distintas opciones de apoyo y orientación frente a las situaciones que puedan experimentar, respetando su autonomía y capacidad para tomar decisiones. Esta perspectiva surge de lo aprendido durante el proceso de diseño, en el que se comprendió que acompañarlas no significa actuar por ellas, sino poner a su alcance herramientas que les ayuden a comprender lo que sucede y decidir cómo responder según sus necesidades.

Figura 3

Lienzo de propuesta de valor



2.2.2. Solución

Como respuesta a la propuesta de valor, se desarrolló **ALMA**, un servicio de acompañamiento, orientación y apoyo dirigido a adolescentes mujeres de 14 a 16 años que transitan por el Parque Cívico de Mangomarca y su entorno inmediato. La propuesta nace como respuesta a una necesidad de ampliar las alternativas disponibles durante sus recorridos, de manera que puedan decidir cómo actuar frente a distintas situaciones sin depender únicamente de estrategias individuales de autoprotección.

Figura 4

Conceptualización del servicio



ALMA cuenta con una identidad visual desarrollada para mantener una presencia cercana y reconocible a lo largo de los diferentes puntos de contacto del servicio. Su sistema gráfico **utiliza formas orgánicas y redondeadas,** una paleta de tonos vino, rosado, lila y verde, y recursos visuales que se aplican de manera consistente tanto en el entorno físico como en las plataformas digitales.

Como parte de esta identidad se desarrolló una **mascota inspirada en la flor de la cantuta** (Figura 5), que funciona como elemento de acompañamiento visual dentro de la experiencia. Su presencia permite orientar, comunicar y conectar los distintos momentos del servicio de una manera más cercana para las adolescentes, sin sustituir a las personas de la red ni intervenir en la toma de decisiones de la usuaria.

Figura 5

Mascota ALMA



ALMA funciona mediante una **red local de apoyo que articula recursos humanos, territoriales y digitales**. Esta red está conformada por las propias adolescentes, vecinos y familias, personas capacitadas ALMA, comerciantes e instituciones vinculadas al servicio, serenazgo y autoridades, además de un equipo gestor encargado de coordinar su funcionamiento.

En el espacio físico, ALMA se materializa mediante un **Kit de identificación y orientación** que permite reconocer el servicio y comprender cómo acceder a sus recursos durante el recorrido. Este sistema está conformado por **señalética y placas, Puntos ALMA, credenciales y material informativo**, elementos que permiten identificar a los espacios y personas vinculadas a la red.

Para facilitar la ubicación de los Puntos ALMA, se incorporan además **señales direccionales, tótems informativos y códigos QR vinculados a mapas virtuales**, de manera que las adolescentes puedan reconocer y localizar rápidamente los recursos disponibles en el entorno.

La presencia física del servicio se complementa con la **red de apoyo y capacitación ALMA**, dirigida a las personas aliadas que participan en la atención y orientación de las usuarias. Para mantener una experiencia clara y consistente, se plantea un **protocolo breve y estandarizado**, acompañado de una **guía visual infográfica y tarjetas de pasos para la atención**, que sirven como apoyo durante la capacitación y posteriormente como material de consulta.

Figura 6

Kit de identificación y orientación ALMA | Red de apoyo ALMA



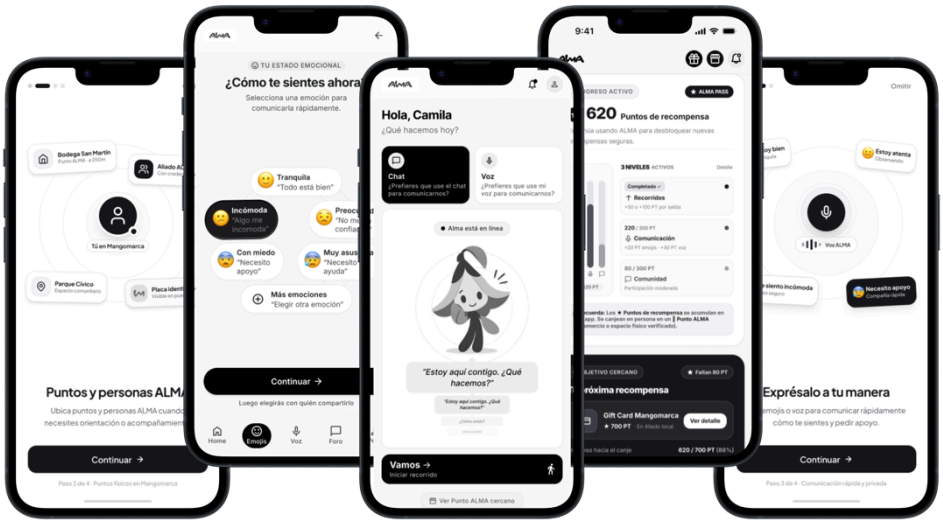
En el entorno digital, ALMA amplía el alcance de esta red mediante la aplicación móvil y otros recursos digitales**.** La aplicación reúne recursos de acompañamiento, comunicación y orientación, así como contactos de confianza, información sobre Puntos y personas ALMA, herramientas para expresar el estado emocional y diferentes alternativas para solicitar apoyo según la situación de la usuaria.

El proceso de elaboración se llevó a cabo en dos fases. En la primera, se elaboró en **Figma un prototipo de baja fidelidad**,

compuesto por wireframes que permitieron estructurar los principales flujos de navegación de la aplicación. Esta fase se planteó a partir de la experiencia y el recorrido de la adolescente, organizando las funciones según los distintos momentos de interacción con el servicio. Asimismo, se definieron la arquitectura de información y el flujo de tareas, como iniciar el acompañamiento, consultar los Puntos ALMA, comunicarse con la red de apoyo y acceder a distintos recursos según la situación de la usuaria.

Figura 7

Aplicación ALMA en baja fidelidad



En la segunda etapa, el prototipo fue iterado y desarrollado en **alta fidelidad**, incorporando la identidad visual de ALMA, componentes de interfaz, estados de interacción y una navegación más definida. Tras evaluar los comentarios recogidos durante la validación, se introdujeron mejoras en la distribución de los contenidos y en la facilidad de uso de algunas funciones, logrando

una experiencia digital más intuitiva y alineada con las características del servicio.

Figura 8

Aplicación ALMA en alta fidelidad



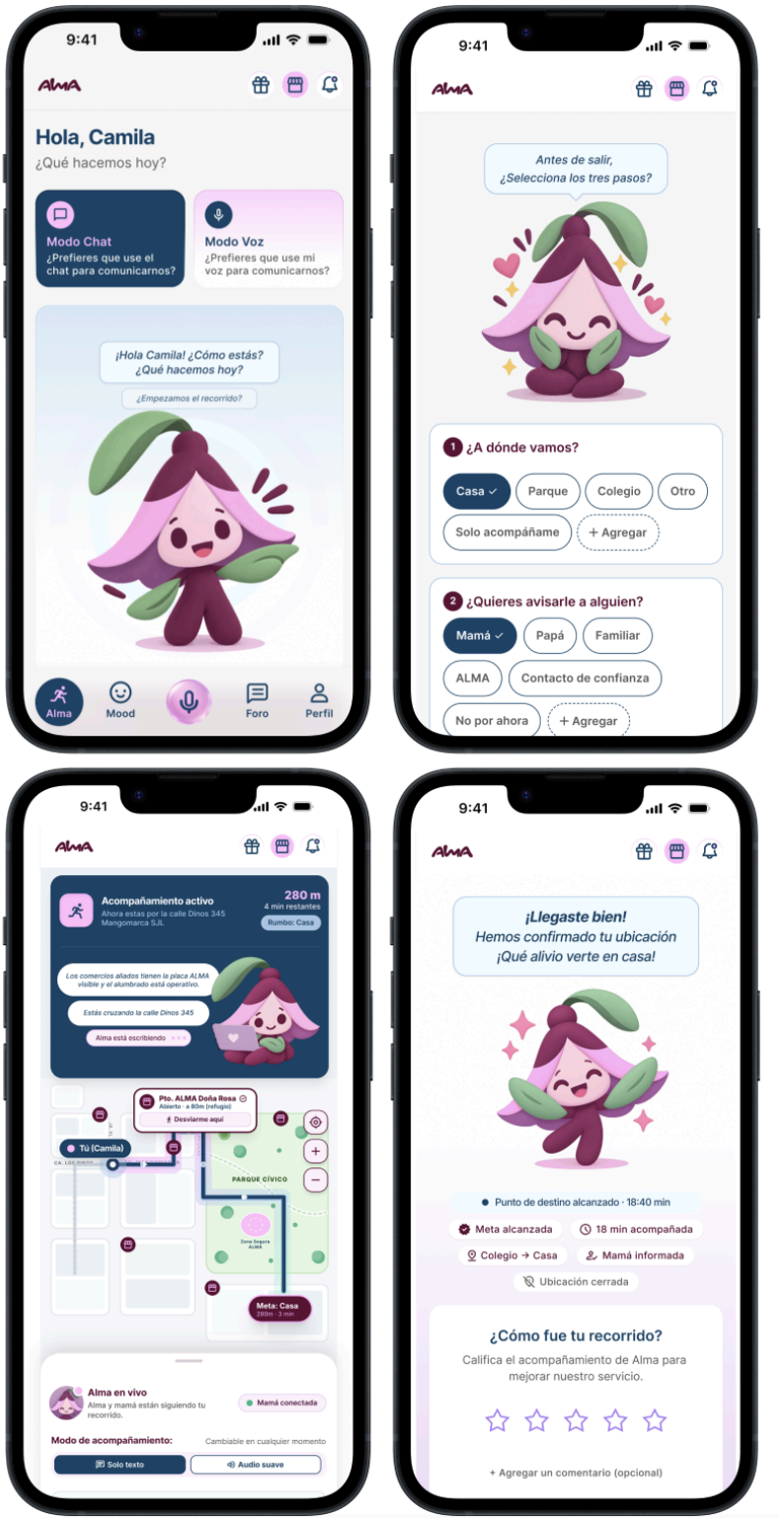
Dentro del prototipo de alta fidelidad se priorizaron las pantallas correspondientes a los principales momentos de interacción de la adolescente con ALMA. Estas funciones buscan ofrecer distintas alternativas de orientación, comunicación y acceso a la red de apoyo, permitiendo que la usuaria elija el recurso que mejor responda a su situación.

A. **Acompañamiento:** Es una de las funciones principales de la aplicación. La usuaria selecciona su destino e inicia un acompañamiento durante el recorrido mediante un mapa con geolocalización y activación del GPS. La aplicación permite visualizar el trayecto, compartirlo con un contacto de confianza y recibir información durante el desplazamiento. La mascota de ALMA está presente como recurso de acompañamiento visual a lo largo de la experiencia, orientando a la usuaria sin sustituir

su capacidad de decisión. Al llegar al destino, el acompañamiento puede finalizarse desde la misma interfaz.

Figura 9

Interfaz de acompañamiento activo



B. Puntos ALMA: Esta sección permite identificar y localizar los Puntos ALMA disponibles en el entorno inmediato. A través del mapa, la adolescente puede consultar su ubicación, reconocer

los espacios o personas vinculados a la red y obtener indicaciones para dirigirse hacia el punto que considere más conveniente durante su recorrido.

Figura 10

Interfaz puntos ALMA

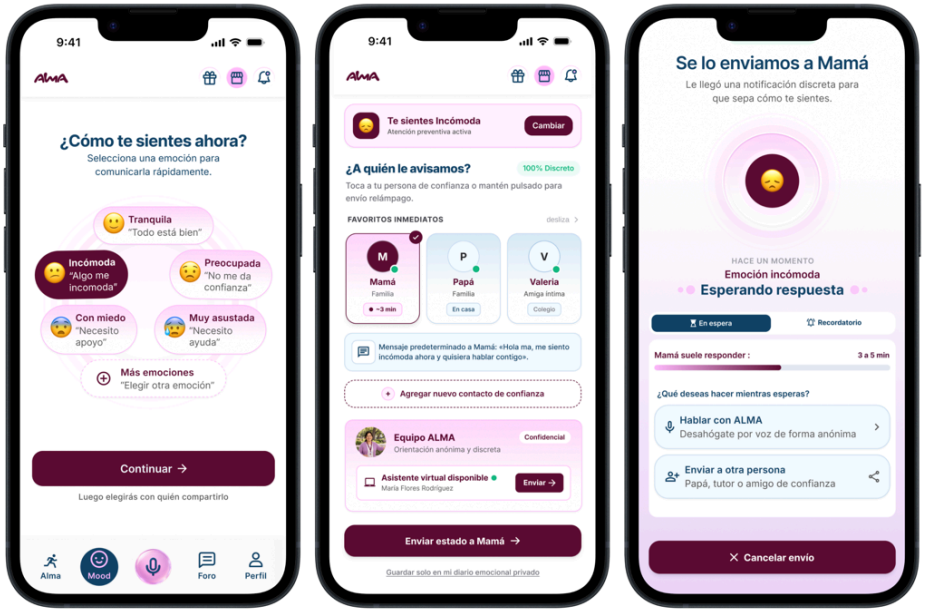


C. **Emociones y respuestas rápidas:** La aplicación permite que la usuaria comunique de manera sencilla cómo se siente mediante diferentes estados emocionales. A partir de esta selección, se presentan alternativas de respuesta rápida, como contactar a un familiar, amigo u otra persona de confianza, comunicarse con la red ALMA o acceder a otras opciones de apoyo. De esta manera, la adolescente no recibe una única

respuesta, sino distintas posibilidades entre las que puede decidir.

Figura 11

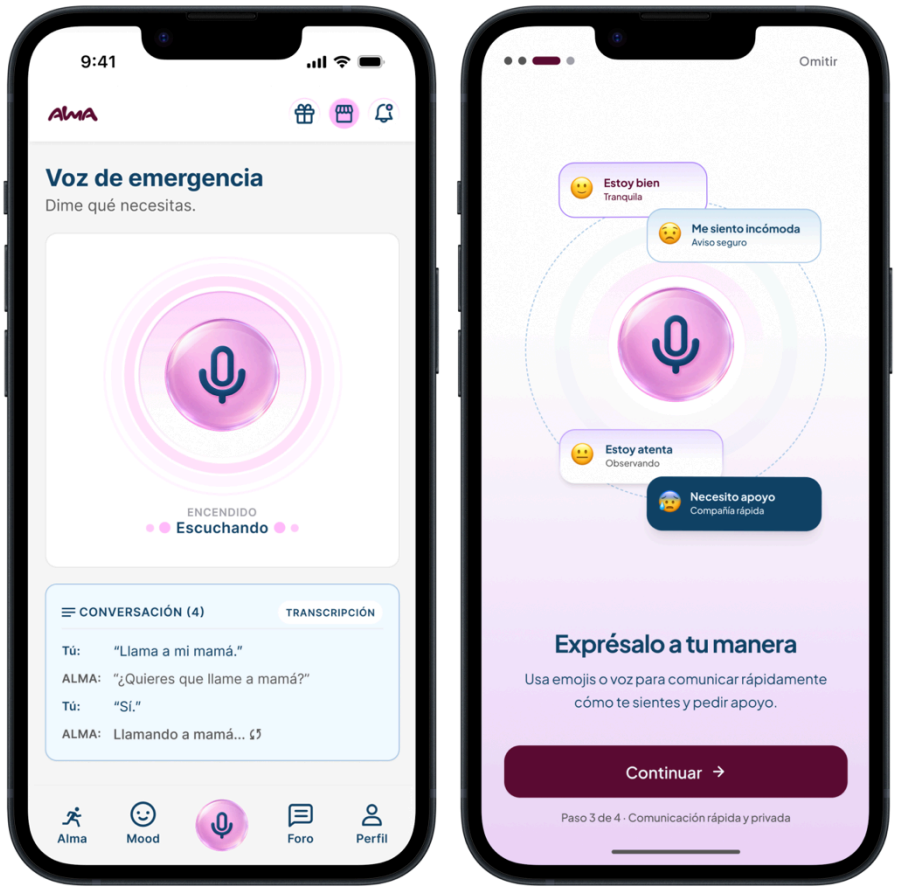
Interfaz emociones y respuestas rápidas



D. Voz: Se plantea como una función de **acceso rápido**, para situaciones en las que la adolescente necesita actuar con mayor rapidez o no puede navegar normalmente por la aplicación. Mediante comandos de voz puede acceder a acciones previamente configuradas, como contactar a una persona de confianza o solicitar apoyo. Esta función se diferencia del modo de acompañamiento por voz, ya que funciona como un acceso independiente a acciones rápidas dentro del servicio.

Figura 12

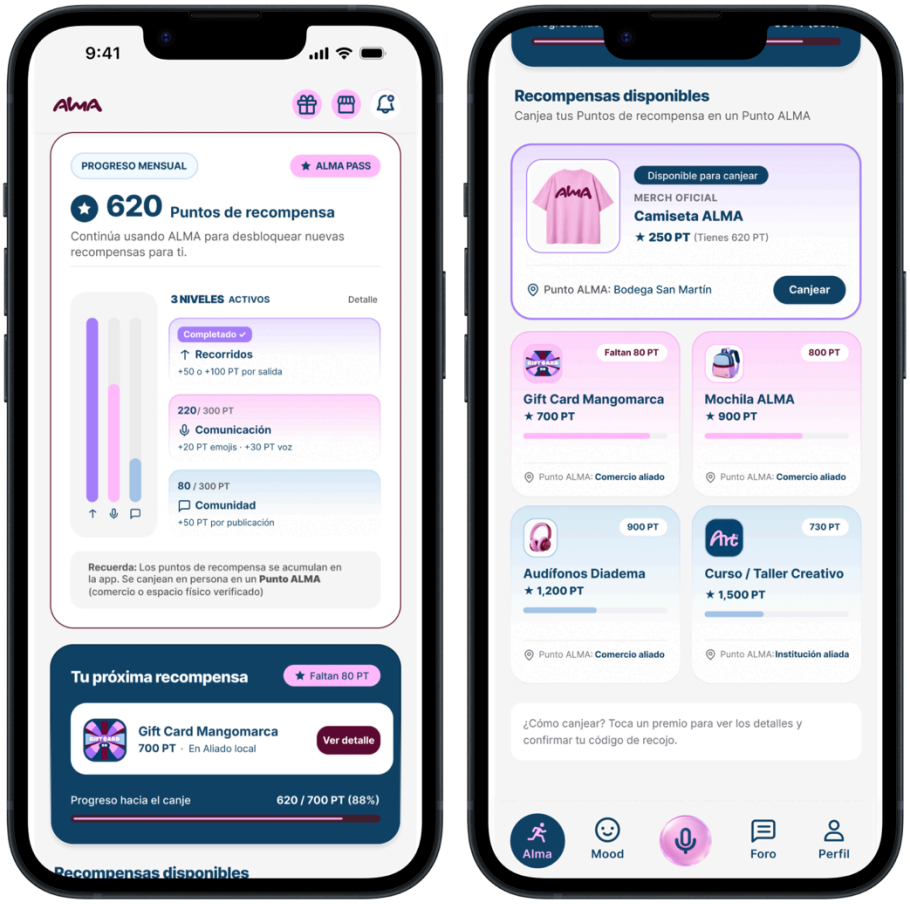
Interfaz de voz



E. **Beneficios ALMA:** Esta sección reúne beneficios vinculados a la participación dentro de la comunidad ALMA, como actividades, talleres, recursos y otras iniciativas promovidas por la red. Su función es incentivar la participación cotidiana y fortalecer el vínculo de las adolescentes con el servicio, sin relacionar las recompensas con situaciones de emergencia o solicitudes de ayuda.

Figura 13

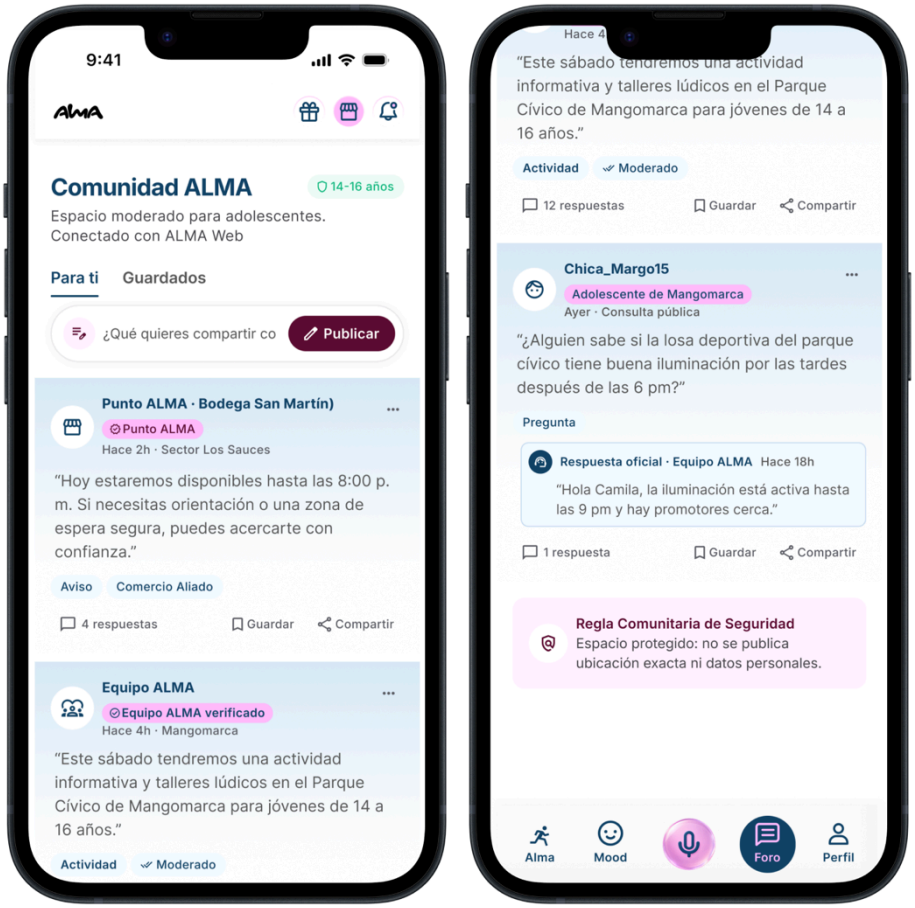
Interfaz de beneficios ALMA



F. Foro ALMA: Funciona como un espacio comunitario conectado con la plataforma web, en el que las usuarias pueden compartir información, observaciones y situaciones relacionadas con el Parque Cívico de Mangomarca y su entorno inmediato. También permite consultar publicaciones realizadas por otras participantes, Puntos ALMA y el equipo gestor, como actividades, recursos o información relevante sobre el entorno. El foro complementa así la experiencia individual de la aplicación con una dimensión comunitaria e informativa.

Figura 14

Interfaz foro

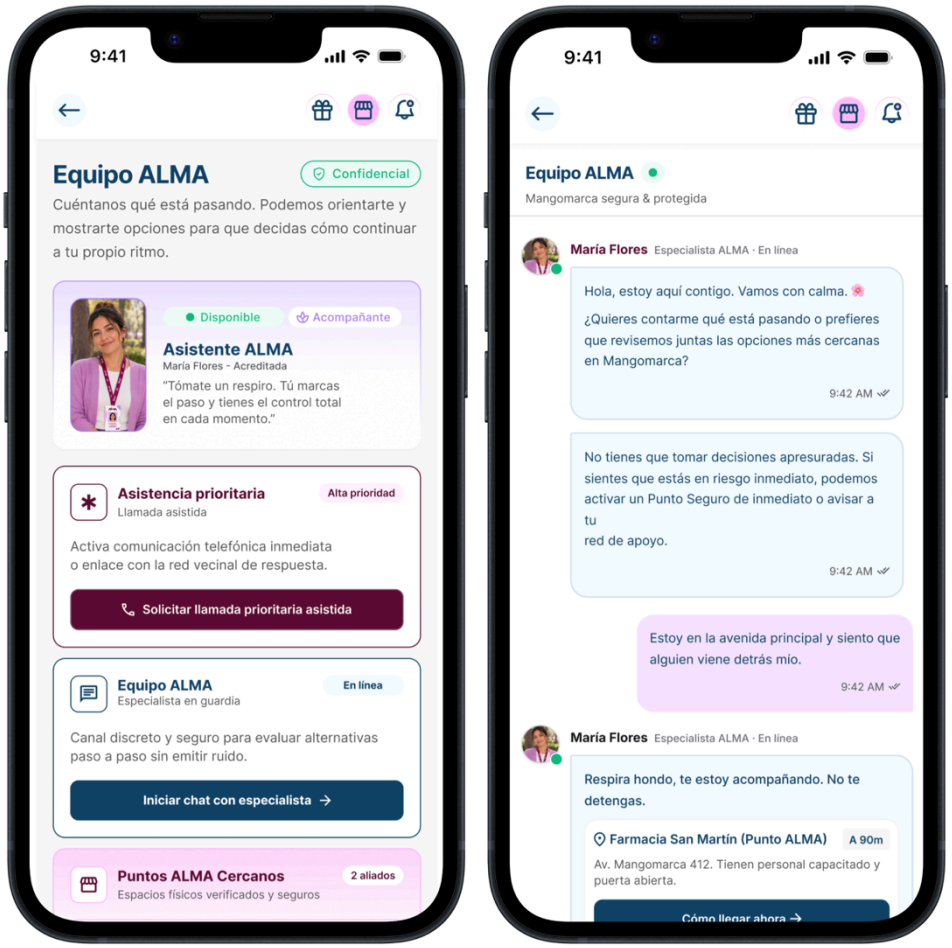


G. Contacto inmediato Equipo ALMA: La aplicación incorpora un acceso directo al **Equipo ALMA**, pensado para situaciones en las que la adolescente necesita orientación o acompañamiento de manera inmediata. Desde esta sección puede iniciar un **chat con una persona del equipo**, explicar lo que está ocurriendo y recibir orientación sobre las alternativas disponibles según su situación. El acceso se mantiene visible dentro de la aplicación para reducir pasos y facilitar una comunicación rápida cuando la usuaria lo necesite. Además, este canal complementa otras funciones como Emociones, Voz

y Acompañamiento, permitiendo pasar de los recursos de autogestión a una interacción directa con la red humana de ALMA.

Figura 15

Interfaz equipo ALMA



La plataforma web, por su parte, complementa la experiencia digital de ALMA y funciona como un **espacio informativo y de consulta** para conocer el funcionamiento del servicio, sus principales recursos y las formas de participación dentro de la red. Desde esta plataforma, las usuarias pueden explorar las **Zonas y Puntos ALMA** mediante un mapa, consultar información sobre

actividades, talleres y recursos disponibles, así como identificar los distintos canales de apoyo vinculados al servicio.

Asimismo, la plataforma integra el **Foro ALMA**, conectado con la aplicación móvil, donde se reúnen publicaciones relacionadas con situaciones, observaciones y acontecimientos identificados en el Parque Cívico de Mangomarca y su entorno inmediato. Este espacio permite mantener la información accesible desde distintos dispositivos y fortalecer la dimensión comunitaria de la propuesta, articulando los contenidos de la web con las funciones disponibles dentro de la aplicación.

Ambas dimensiones se articulan dentro de una misma experiencia. Los elementos físicos permiten que la red sea visible y reconocible durante el recorrido, mientras que los recursos digitales facilitan el acceso a información, comunicación y acompañamiento antes, durante o después de la interacción con el espacio público. De esta manera, ALMA integra **territorio, comunidad y tecnología** para ampliar las alternativas disponibles para las adolescentes y favorecer que puedan tomar decisiones de acuerdo con sus propias necesidades.

2.3. Diseñar el servicio

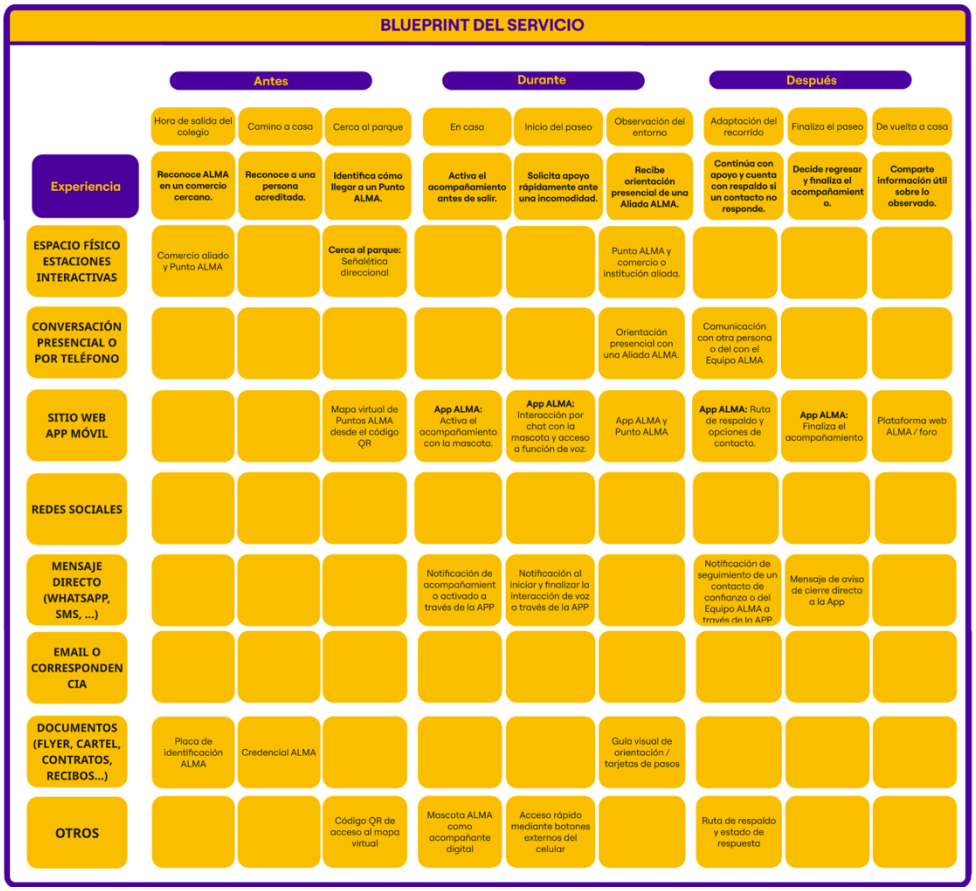
2.3.1. Blueprint del servicio

El Blueprint del servicio ALMA describe la experiencia del usuario a lo largo de su recorrido y permite comprender cómo se relacionan los puntos de contacto presenciales y digitales con las actividades internas necesarias para el funcionamiento del servicio.

El **frontstage** del servicio está compuesto por los elementos con los que la adolescente interactúa directamente. En el espacio físico, ALMA se hace visible mediante el **Kit de identificación y orientación ALMA**, que reúne señalética direccional, placas, tótems con acceso al mapa virtual, Puntos ALMA, credenciales y material informativo. Estos recursos se complementan con la interacción con las personas acreditadas y la orientación presencial. En el entorno digital, la experiencia continúa mediante la **aplicación móvil** y la **plataforma web**, junto con sus mapas, notificaciones, canales de comunicación y Foro ALMA. La experiencia se organiza en tres momentos generales: **antes, durante y después del recorrido**.

Figura 16

Blueprint del Servicio | Puntos de contacto



En la etapa **antes**, ALMA comienza a hacerse visible dentro del entorno cotidiano de la adolescente. Durante la salida del colegio y el camino a casa, la usuaria puede reconocer la presencia del servicio mediante distintos componentes del **Kit de identificación y orientación ALMA**, como las placas instaladas en espacios vinculados a la red y las credenciales de las personas acreditadas. Al acercarse al parque, la señalética direccional y los tótems facilitan la ubicación de los **Puntos ALMA**, mientras que los códigos QR permiten acceder al mapa virtual. Antes de iniciar su recorrido, la adolescente también puede activar el acompañamiento desde la aplicación móvil, conectando así los recursos físicos con el entorno digital.

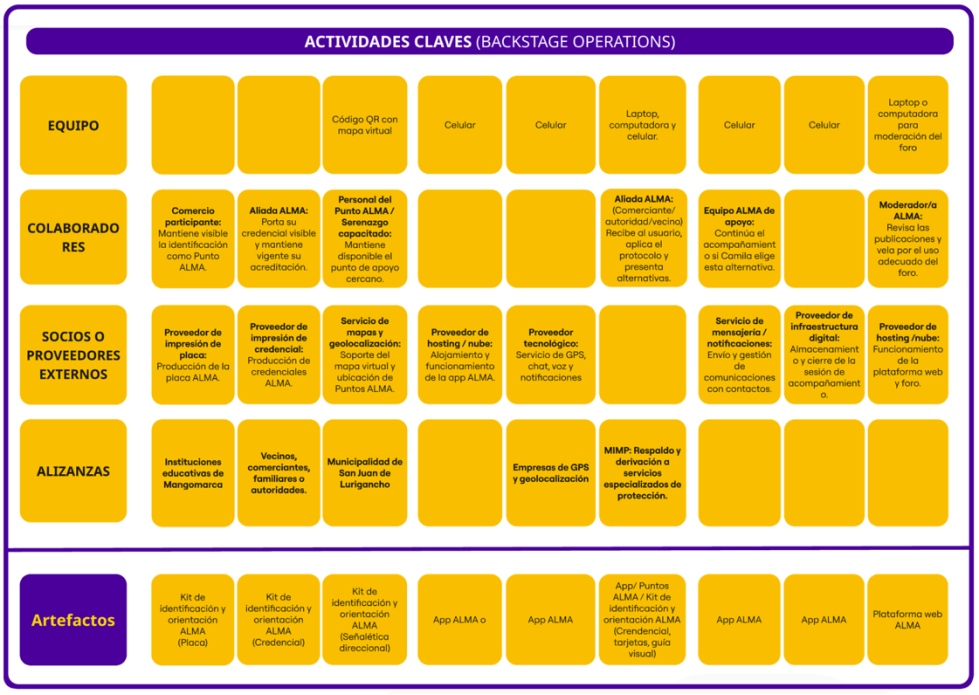
Durante el recorrido, la experiencia combina **acompañamiento digital y apoyo presencial** según la situación y las decisiones de la adolescente. Desde la aplicación puede acceder al acompañamiento mediante geolocalización, consultar Puntos ALMA, comunicarse con contactos de confianza, utilizar alternativas de acceso rápido o contactar directamente con el Equipo ALMA. En el espacio físico, los Puntos ALMA y las personas acreditadas ofrecen orientación mediante los protocolos y recursos definidos para la atención. De esta manera, el servicio no depende de un único canal de respuesta, sino que pone a disposición diferentes alternativas entre las que la usuaria puede elegir de acuerdo con sus necesidades y el contexto del momento.

En la etapa **después**, ALMA mantiene la continuidad de la experiencia hasta el cierre del recorrido. La usuaria puede finalizar el acompañamiento desde la aplicación, utilizar alternativas de contacto o rutas de respaldo cuando haya realizado modificaciones durante su desplazamiento y, posteriormente, compartir información relevante sobre situaciones observadas en el entorno mediante el **Foro ALMA**, conectado con la aplicación y la plataforma web. Esta etapa permite que la experiencia trascienda el recorrido individual y que la información compartida pueda contribuir a la dinámica comunitaria de la red.

De manera paralela, el **backstage** reúne las acciones, actores y recursos necesarios para sostener estas interacciones. Incluye la gestión y actualización del mapa y de los Puntos ALMA, el seguimiento de los acompañamientos, la moderación del foro y la coordinación del Equipo ALMA. Asimismo, incorpora la **Red de apoyo y capacitación ALMA**, mediante la cual se preparan y acreditan las personas aliadas que participan en el servicio, utilizando recursos como protocolos, guías visuales y tarjetas de pasos para mantener criterios claros y consistentes de orientación.

Figura 17

Blueprint del Servicio | Actividades clave



Finalmente, esta herramienta permite visualizar cómo los cuatro artefactos principales del servicio se integran dentro de una misma experiencia. El **Kit de identificación y orientación ALMA** hace visible y reconocible la red dentro del territorio; la **aplicación móvil** concentra las principales funciones de acompañamiento, orientación y comunicación durante el recorrido; la **plataforma web** amplía el acceso a información, recursos y participación comunitaria; y la **Red de apoyo y capacitación ALMA** prepara y articula a las personas aliadas que sostienen la atención presencial. En conjunto, estos componentes conectan **personas, territorio, tecnología y procesos internos** dentro de la experiencia del servicio.

2.3.2. Artefacto(s)

A partir del Blueprint del servicio se definieron cuatro artefactos principales de ALMA: el **Kit de identificación y orientación ALMA, la aplicación móvil, la plataforma web y la Red de apoyo y capacitación ALMA**. Estos funcionan como puntos de contacto y recursos de soporte dentro de la experiencia, permitiendo hacer visible la red, facilitar la orientación durante el recorrido, mantener la comunicación con la usuaria y preparar a las personas que participan en el servicio. En conjunto, materializan la propuesta de valor y articulan el espacio físico, el entorno digital y la red humana de ALMA.

A. **Kit de identificación y orientación ALMA:** En el espacio físico, ALMA se hace reconocible mediante un conjunto de recursos agrupados dentro de este kit, diseñado para identificar la presencia del servicio, facilitar la ubicación de sus Puntos y explicar cómo acceder a los recursos disponibles dentro del Parque Cívico de Mangomarca y su entorno inmediato. Está compuesto por **señalética direccional, placas y tótems con códigos QR vinculados al mapa virtual; Puntos ALMA; credenciales para las personas acreditadas; y material informativo, como tarjetas, infografías y protocolos de orientación**. Las placas permiten reconocer comercios y espacios vinculados a la red; la señalética y los tótems facilitan la ubicación de los Puntos ALMA; las credenciales permiten identificar a las personas acreditadas; y los materiales informativos comunican de manera clara las alternativas disponibles dentro del servicio.

   Los **Puntos ALMA** forman parte de este sistema de identificación y funcionan como espacios de referencia durante el recorrido. Su presencia permite conectar los elementos físicos del kit con las personas aliadas y con los recursos

digitales de ALMA. De esta manera, el kit no funciona como una suma de piezas independientes, sino como un **sistema integrado de identificación y orientación** que permite a las adolescentes reconocer dónde acudir, a quién identificar y cómo acceder a los recursos de la red.

Figura 18

Kit de identificación y orientación ALMA



(a) Placa de identificación de Punto ALMA



(b) Punto ALMA ubicado cerca al Parque Cívico



(c) Credencial de identificación del personal ALMA





(d) Tótem de identificación de Zona ALMA



(e) Tarjetas informativas de pasos ALMA



(f) Señalética direccional ALMA



(g) Infografía ALMA

B. Aplicación móvil ALMA: Es uno de los principales puntos de contacto digitales durante el recorrido de la adolescente. Integra funciones de **acompañamiento, consulta de Puntos ALMA, contactos de confianza, comunicación con el Equipo ALMA mediante chat, expresión del estado emocional, respuestas rápidas y acceso mediante voz**, además de alternativas para adaptar o finalizar el acompañamiento. La aplicación permite concentrar diferentes opciones de orientación, comunicación y acceso a apoyo en un mismo entorno, de modo que la usuaria pueda elegir el recurso que considere más adecuado según la situación que esté experimentando.

Figura 19

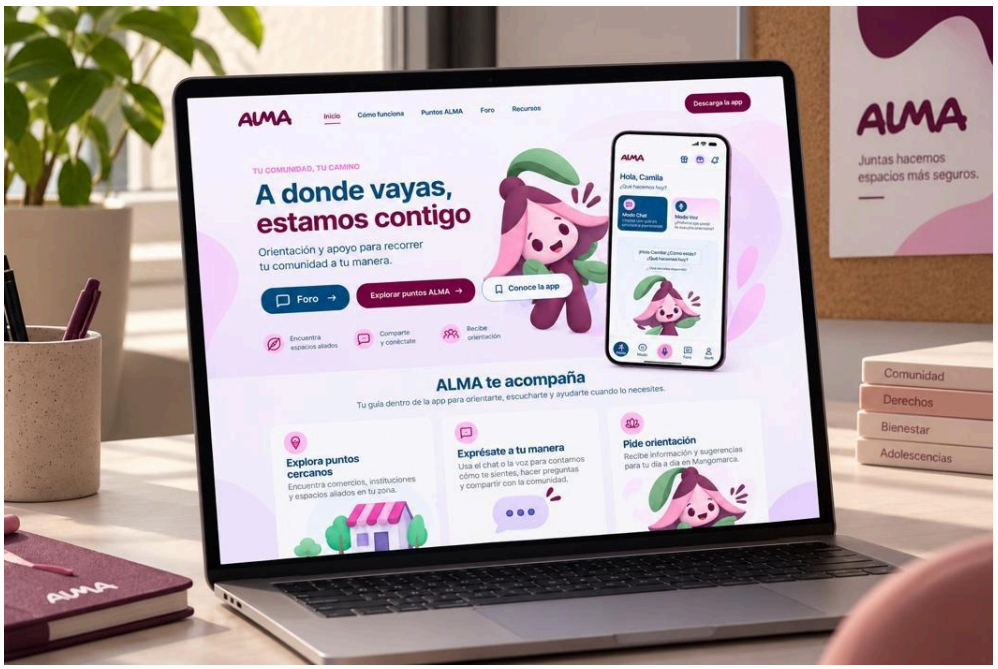
Aplicación ALMA



C. **Plataforma web ALMA:** Complementa la aplicación móvil y funciona como un espacio de **información, consulta y participación** dentro del ecosistema del servicio. Desde ella se puede conocer cómo funciona ALMA, consultar el mapa de Puntos ALMA, acceder a recursos y actividades, revisar información relacionada con la red y participar en el **Foro ALMA**, conectado también con la aplicación. De esta manera, la plataforma amplía el vínculo con el servicio más allá del acompañamiento durante un recorrido específico y permite mantener acceso a información y contenidos antes y después de la experiencia.

Figura 20

Plataforma ALMA



D. Red de apoyo y capacitación ALMA: Articula la participación de las personas aliadas que forman parte del servicio y contempla su preparación y acreditación para brindar orientación de manera clara y consistente. Para este proceso se utilizan recursos incluidos en el Kit, como el **protocolo de atención, las guías visuales y las tarjetas de pasos**, que funcionan como herramientas de capacitación y consulta. Su finalidad es establecer criterios comunes de actuación y facilitar que las aliadas puedan presentar diferentes alternativas de orientación y apoyo, respetando siempre las decisiones de la adolescente.

Figura 21

Red de apoyo



Finalmente, los cuatro artefactos funcionan de manera articulada. El **Kit de identificación y orientación** hace visible y reconocible a ALMA dentro del territorio; la **aplicación móvil** concentra las principales funciones de acompañamiento y comunicación durante el recorrido; la **plataforma web** amplía el acceso a información y participación; y la **Red de apoyo y capacitación** prepara y articula a las personas que sostienen la atención presencial. Así, los artefactos no funcionan de manera aislada, sino como partes de un mismo sistema que conecta **personas, territorio y recursos digitales** a lo largo de la experiencia.

2.3.3. Experimentos

La validación del prototipo se llevó a cabo con el fin de evaluar si la propuesta de ALMA podía ayudar a las adolescentes a afrontar sus recorridos con mayor autonomía, ofreciéndoles diferentes recursos de acompañamiento, orientación, comunicación y apoyo que ampliaran sus alternativas para decidir cómo actuar según la

situación. Esta hipótesis orientó la validación del prototipo antes de continuar con su desarrollo.

Para ello, se realizaron **cinco pruebas de usabilidad** utilizando un prototipo interactivo desarrollado en Figma. Las participantes recorrieron diferentes escenarios relacionados con situaciones cotidianas y realizaron tareas dentro del prototipo, lo que permitió observar su interacción con las principales funciones de ALMA. Al finalizar las pruebas, se aplicó una encuesta de satisfacción para conocer su percepción sobre la navegación, comprensión del proyecto, utilidad y disposición de uso.

Los datos obtenidos mostraron una valoración favorable de la experiencia: el **100 % valoró positivamente la navegación** y manifestó satisfacción general con el prototipo; el **80 % comprendió con facilidad la propuesta** y consideró que ALMA podría ayudar bastante o mucho a tomar decisiones con mayor confianza durante sus recorridos. Asimismo, el **60 % señaló que sería muy probable utilizar el servicio**. Sin embargo, el **40 % presentó dudas iniciales para diferenciar algunas funciones**, lo que evidenció la necesidad de mejorar la claridad de ciertos puntos de interacción.

La validación también permitió identificar aspectos que requerían mayor desarrollo. Las participantes necesitaron comprender mejor la diferencia entre las funciones de **chat y voz**, qué ocurriría después de contactar al Equipo ALMA, quién respondería y qué tipo de ayuda recibirían. También surgieron dudas respecto a qué eran los Puntos ALMA y cómo podían llegar a ellos. Además, se identificó la oportunidad de otorgar mayor protagonismo a la mascota dentro de la experiencia y comunicar con mayor claridad las capacitaciones y talleres vinculados al servicio.

Estos aprendizajes fueron utilizados para realizar una nueva iteración del prototipo, reforzando la explicación de los recursos de apoyo, el reconocimiento de los Puntos ALMA y la relación entre los componentes físicos y digitales. De esta manera, la experimentación no solo permitió evaluar la aceptación inicial de la propuesta, sino también detectar oportunidades concretas de mejora antes de consolidar la versión de alta resolución del servicio.

Figura 22

Pruebas de usabilidad del prototipo ALMA

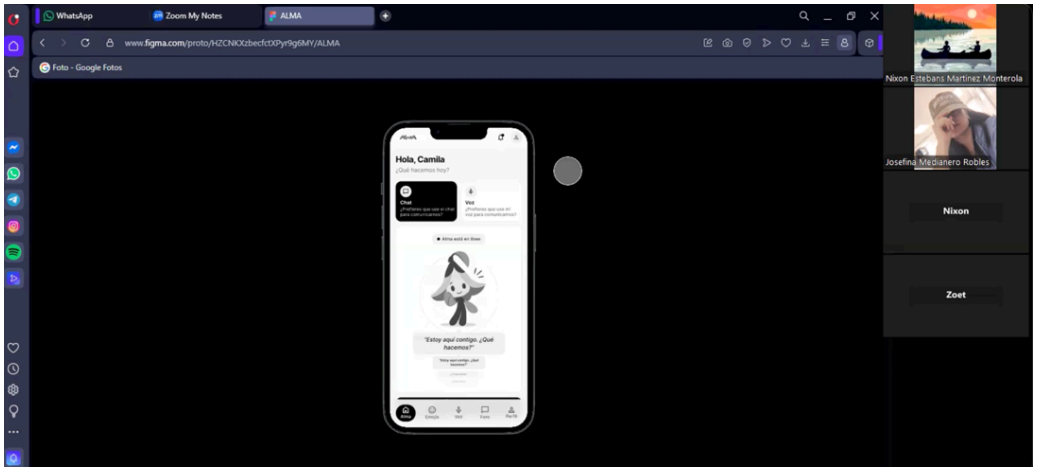
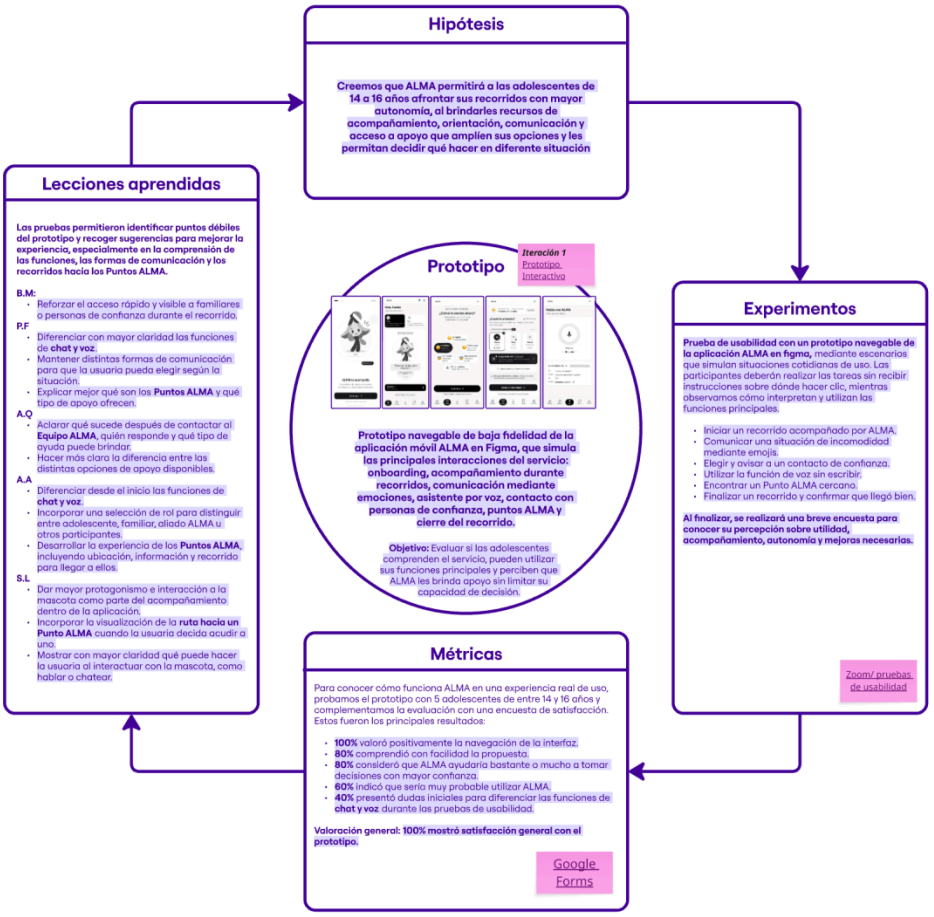


Figura 23

Resultados de la experimentación ágil



Las pruebas tuvieron un carácter exploratorio y estuvieron orientadas a identificar problemas de comprensión e interacción con el prototipo, más que a obtener resultados estadísticamente representativos.

2.3.4. Estructura de costos e ingresos

Esta sección se encuentra determinada por la naturaleza física, humana y digital del servicio. Su implementación requiere recursos tanto para poner en funcionamiento la red local de apoyo como para mantener los diferentes puntos de contacto utilizados por las adolescentes durante su experiencia.

A. Estructura de costos

En el componente físico se consideran los costos asociados a la producción e instalación de placas, credenciales, señalética, tótems y otros materiales de orientación e identificación utilizados en los Puntos y Zonas ALMA. También se contemplan su reposición, mantenimiento y actualización, así como los materiales empleados en capacitaciones, protocolos y recursos informativos.
La incorporación de comercios como Puntos ALMA también forma parte de esta estructura de costos, ya que requiere recursos para su identificación y acondicionamiento dentro de la red, la capacitación de las personas responsables, la entrega de materiales y protocolos de actuación, así como acciones de seguimiento y actualización que permitan mantener activo el punto de apoyo.

En el componente digital, los principales costos corresponden al desarrollo, alojamiento y mantenimiento de la aplicación móvil y la plataforma web, además de los servicios necesarios para su funcionamiento, como almacenamiento en la nube, geolocalización, mapas, notificaciones, mensajería y soporte tecnológico.

A ello se suman los costos relacionados con el equipo humano. ALMA requiere personal encargado de la gestión general del servicio, actualización de los Puntos ALMA, soporte y seguimiento de las interacciones, moderación del foro, coordinación con aliados y capacitación de las personas acreditadas. La operación también implica actividades de supervisión, actualización de protocolos y mantenimiento de la relación con comercios, instituciones y otros actores vinculados a la red.

B. Fuentes de ingresos y sostenibilidad

Debido al carácter social de ALMA y a que su población principal está conformada por adolescentes, se plantea un modelo de sostenibilidad en el que el acceso a las funciones esenciales de acompañamiento, orientación y apoyo no dependa directamente del pago de la usuaria.

El financiamiento se plantea principalmente a través de **alianzas y convenios con entidades públicas, instituciones educativas, organizaciones sociales, empresas privadas y comercios locales** interesados en contribuir con la implementación y continuidad del servicio. Estas alianzas pueden traducirse en aportes económicos, patrocinio de materiales, apoyo logístico, espacios para actividades u otros recursos necesarios para sostener la red.

En el caso de los **comercios aliados que funcionan como Puntos ALMA**, se plantea una relación de beneficio mutuo. ALMA les brinda **capacitación, materiales y protocolos de actuación, identificación como establecimiento aliado y visibilidad dentro de la red y los canales del servicio**. A cambio, los comercios ponen a disposición un espacio cercano y reconocible dentro de la comunidad desde el cual pueden orientar y brindar apoyo inicial a las usuarias de acuerdo con los protocolos establecidos.

De esta manera, la sostenibilidad de ALMA se apoya en una **red de alianzas entre actores públicos, privados y comunitarios**, mientras que sus principales costos se concentran en la implementación y mantenimiento de los Puntos y Zonas ALMA, infraestructura digital, capacitación, materiales y operación del servicio.

La estructura presentada corresponde a una estimación preliminar de los recursos necesarios para el funcionamiento del servicio. La

cuantificación de los montos deberá realizarse posteriormente de acuerdo con el alcance definido para una prueba piloto.

III. Conclusiones y recomendaciones

III.1. Conclusiones

La investigación permitió comprender que la experiencia de las adolescentes mujeres de 14 a 16 años en el Parque Cívico de Mangomarca y su entorno inmediato no depende únicamente de las condiciones físicas del espacio. Las entrevistas, observaciones y el análisis del recorrido mostraron que la presencia de otras personas, las experiencias de incomodidad y la posibilidad de reconocer apoyo en el entorno también influyen en la manera en que deciden desplazarse, permanecer o realizar actividades.

Uno de los principales hallazgos fue identificar que, frente a situaciones de incomodidad o percepción de riesgo, las adolescentes pueden recurrir a estrategias como evitar determinados lugares, modificar sus recorridos u horarios, mantenerse en alerta o desplazarse acompañadas. Aunque estas acciones funcionan como formas de autoprotección, también pueden condicionar la libertad con la que utilizan el espacio público. Este análisis permitió reconocer que el reto no consistía únicamente en ofrecer ayuda, sino en hacerlo sin reemplazar la capacidad de decisión de la usuaria.

A partir de este aprendizaje se desarrolló ALMA como un servicio que articula **personas, territorio y recursos digitales** dentro de una red local de apoyo. La participación de comercios e instituciones aliadas permite establecer Puntos ALMA reconocibles en el entorno, que, junto con las personas acreditadas, los elementos de orientación y los recursos digitales, ofrecen distintas alternativas de acompañamiento y apoyo. De esta manera, la adolescente puede reconocer las opciones disponibles y decidir cuál utilizar según la situación que atraviese.

La experimentación permitió validar de manera inicial la comprensión y aceptación de la propuesta. En las cinco pruebas de usabilidad realizadas, **el 100 %** de las participantes valoró positivamente la navegación y manifestó satisfacción general con el prototipo; **el 80 %** comprendió con facilidad la propuesta y consideró que ALMA podría contribuir a tomar decisiones con mayor confianza. Al mismo tiempo, las pruebas permitieron detectar aspectos que requerían mayor claridad, especialmente la diferenciación de algunas funciones, el funcionamiento de los Puntos ALMA y lo que ocurre después de contactar al Equipo ALMA.

Estos resultados permitieron mejorar progresivamente la propuesta y reforzar la relación entre los componentes físicos y digitales del servicio. Sin embargo, la validación realizada corresponde a una etapa de prototipado y permite conocer principalmente la percepción, comprensión e intención de uso de las participantes. Por ello, los resultados no permiten afirmar todavía que ALMA reduzca efectivamente las situaciones de violencia o inseguridad en el espacio público; para comprobar ese impacto sería necesario implementar y evaluar el servicio en condiciones reales durante un periodo más amplio.

En conjunto, el proyecto permitió concluir que **ampliar las alternativas de apoyo disponibles puede ser una vía para fortalecer la autonomía de las adolescentes durante sus recorridos**, siempre que el servicio mantenga a la usuaria como protagonista de sus propias decisiones. En este sentido, el valor de ALMA no reside únicamente en sus artefactos físicos o digitales, sino en la **articulación de una red local de personas, comercios e instituciones aliadas**, reconocible y accesible en el territorio, que pueda acompañar a la adolescente sin imponer una única manera de actuar.

III.2. Recomendaciones

Se sugiere continuar la validación de ALMA con un grupo más amplio de adolescentes de 14 a 16 años que utilicen el Parque Cívico de Mangomarca y su entorno inmediato. Las pruebas realizadas permitieron obtener una primera aproximación sobre la comprensión, navegación e intención de uso del servicio; sin embargo, una muestra mayor permitiría identificar diferentes comportamientos, necesidades y situaciones de uso antes de una posible implementación.

También se recomienda desarrollar una **prueba piloto en el entorno real**, incorporando progresivamente algunos de los principales puntos de contacto del servicio, como los Puntos ALMA, la señalética, las personas acreditadas y los recursos digitales. Para ello, sería necesario establecer alianzas iniciales con comercios e instituciones del entorno que permitan implementar y evaluar los Puntos ALMA en condiciones reales. Esto permitiría observar cómo las adolescentes reconocen e integran estos elementos durante sus recorridos cotidianos y evaluar la articulación entre el espacio físico, la red local de apoyo y el componente digital.

A partir de los aprendizajes obtenidos en las pruebas de usabilidad, resulta necesario continuar mejorando la claridad de las funciones del aplicativo y la comunicación de los diferentes recursos del servicio. En particular, las participantes señalaron la necesidad de comprender mejor las funciones de chat y voz, el funcionamiento de los Puntos ALMA, la forma de llegar a ellos y lo que ocurre después de contactar al Equipo ALMA, incluyendo quién responde y qué tipo de apoyo puede brindar.

Asimismo, se recomienda fortalecer la preparación de las personas y organizaciones que formen parte de la red. La implementación del servicio requerirá definir con mayor detalle los protocolos de atención, los procesos de acreditación y capacitación, **las condiciones y**

responsabilidades de los comercios e instituciones que funcionen como Puntos ALMA, así como los mecanismos de coordinación entre el Equipo ALMA, comercios, instituciones, familias y autoridades. Esto permitirá mantener una trayectoria coherente entre los distintos puntos de contacto físicos y digitales definidos en el Blueprint.

Para el seguimiento del servicio, se recomienda establecer indicadores que permitan evaluar progresivamente su funcionamiento, como el nivel de reconocimiento de los Puntos ALMA, la comprensión de los recursos disponibles, la frecuencia de uso de los distintos canales, la satisfacción de las usuarias y su percepción sobre la utilidad del acompañamiento. Estos indicadores permitirían detectar oportunidades de mejora y realizar nuevas iteraciones del servicio a partir de la experiencia real de las adolescentes.

Finalmente, se recomienda profundizar el modelo de sostenibilidad de ALMA mediante la **estimación de los costos reales de implementación, capacitación, mantenimiento y operación de la red**, especialmente aquellos asociados a la incorporación y permanencia de los comercios como Puntos ALMA. Asimismo, será importante analizar posibles alianzas, teniendo en cuenta los aportes de los actores involucrados y los beneficios que ALMA podría ofrecerles para incentivar su participación y continuidad en la red. Esta evaluación permitirá establecer las condiciones para implementar un proyecto piloto y favorecer su sostenibilidad a largo plazo, manteniendo el acceso de las adolescentes a los recursos esenciales del servicio.

Asimismo, antes de una posible implementación, será necesario definir criterios de **privacidad, protección y tratamiento de datos de las usuarias**, considerando que el servicio está dirigido a adolescentes menores de edad. Esto incluye establecer condiciones para el uso de la geolocalización, los contactos de confianza, la información compartida en

el foro y otros datos generados durante la interacción con la aplicación, así como los niveles de acceso, almacenamiento y resguardo correspondientes.

IV. Referencias Bibliográficas

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2026, 10 de julio). *Censos Nacionales 2025: Lima Metropolitana continúa siendo la provincia más poblada.* Plataforma del Estado Peruano. Recuperado el 1 de octubre de 2026, de https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/1417313-censos-nacionales-2025-lima-metropolitana-continua-siendo-la-provincia-mas-poblada

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. (2026, 26 de enero). *MIMP atendió más de 3000 casos de violencia en San Juan de Lurigancho. Plataforma del Estado Peruano*. Recuperado el 1 de octubre de 2026, de https://www.gob.pe/institucion/mimp/noticias/1341015-mimp-fortalece-los-servicios-de-los-centros-emergencia-mujer-y-familia-en-san-juan-de-lurigancho

Municipalidad Distrital de San Juan de Lurigancho. (2024, 12 de noviembre). *Ordenanza Municipal N.° 490-MDSJL: Ordenanza que previene, prohíbe y sanciona el acoso sexual callejero*. Plataforma del Estado Peruano. https://www.gob.pe/institucion/munisanjuandelurigancho/normas-legales/6563542-490-mdsjl

Organización de las Naciones Unidas. (s. f.). *Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas*. https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/

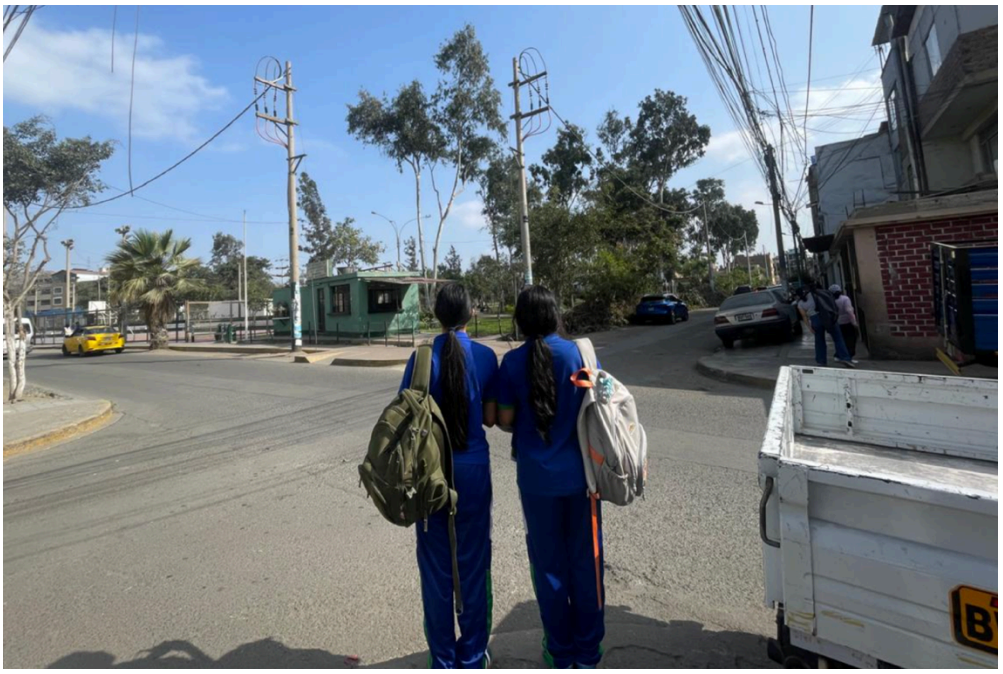
V. Anexos

ANEXO 1

Evidencia del experimento

Figura 24

Entrevista presencial



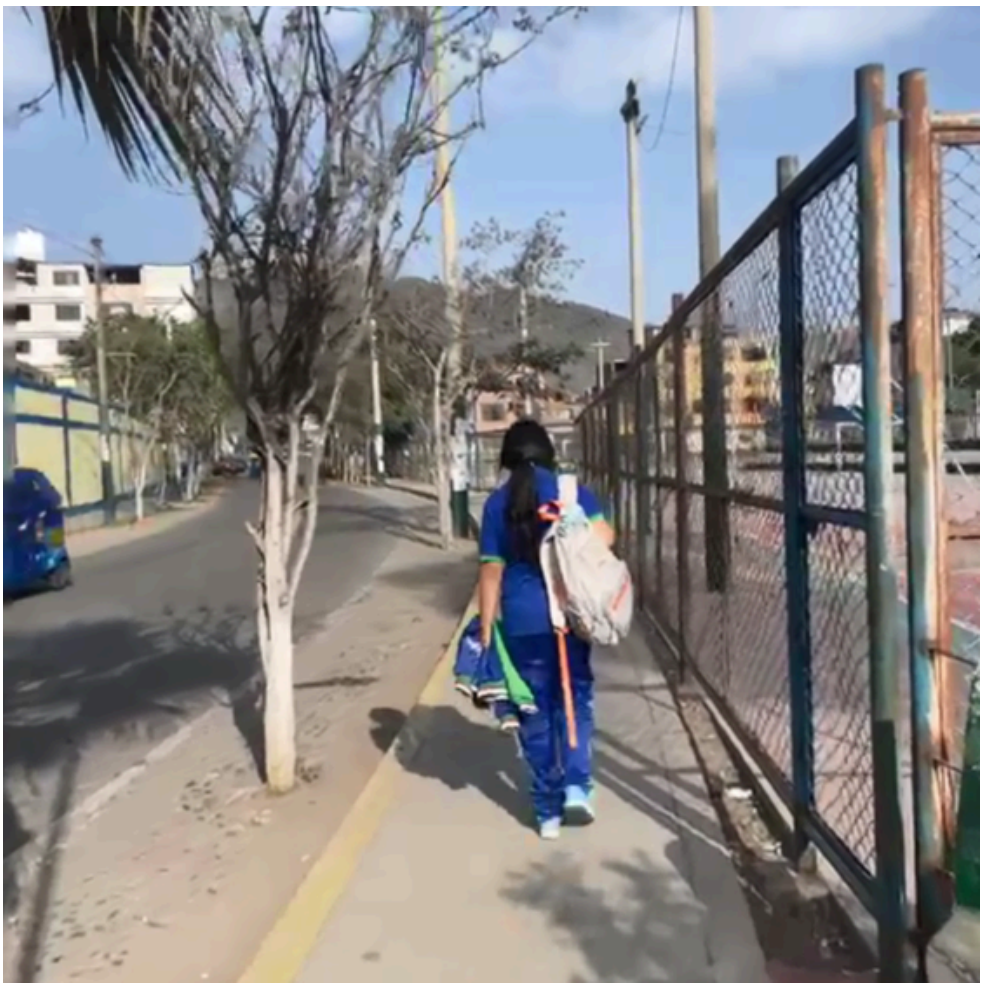
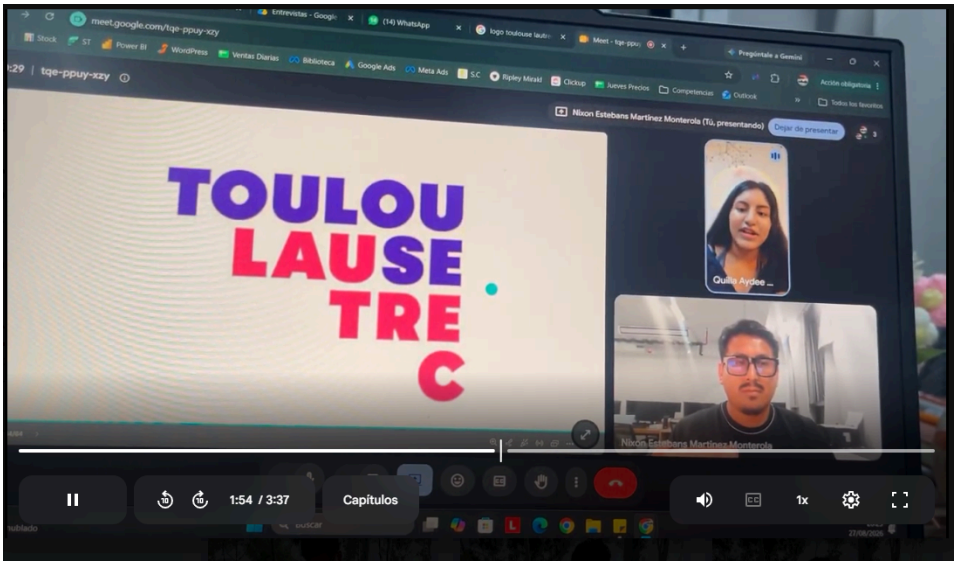


Figura 25

Entrevista virtual



Enlace de acceso: **https://lix.li/A0pV7M**

ANEXO 2

Formulario recolección de información

GUÍA DE ENTREVISTA

Tema de investigación

Contexto: Espacio público inseguro para niñas y adolescentes en Lima.

Actor: Niñas y adolescentes entre 14 y 16 años.

ODS: ODS 5 – Igualdad de género.

Zona de estudio: Parque Cívico de Mangomarca y su entorno inmediato, San Juan de Lurigancho, Lima.

2. Objetivo de la entrevista

Comprender cómo niñas y adolescentes de 14 a 16 años usan, recorren y perciben el Parque Cívico de Mangomarca y su entorno inmediato, identificando situaciones que influyen en su sensación de seguridad, comodidad, libertad y permanencia en el espacio público.

3. Perfil de la entrevistada

Niña o adolescente de 14 a 16 años que conozca, frecuente o transite por la zona de estudio. Puede tratarse de una persona que transite por la zona como parte de sus actividades cotidianas, por ejemplo, al acompañar a familiares o dirigirse a establecimientos cercanos.

4. Consideraciones éticas y de confidencialidad

La participación será voluntaria y la información recopilada tendrá fines exclusivamente académicos. Para proteger la identidad de las participantes, no se consignarán nombres completos en el informe. En su lugar, se utilizarán códigos como **E01, E02, E03 y E04**. Asimismo, la entrevistada podrá decidir no responder alguna pregunta si no se siente cómoda.

5. Inicio de la entrevista

Hola, soy Nixo. Estoy realizando una investigación sobre cómo las niñas y adolescentes viven y utilizan los espacios públicos de esta zona. No hay respuestas correctas o incorrectas; me interesa conocer tu experiencia y opinión. Si alguna pregunta te incomoda o prefieres no responderla, puedes decírmelo.

6. Preguntas guía

Familiarización con la zona

1. Cuéntame, ¿qué tanto conoces esta zona del Parque Cívico de Mangomarca y su entorno inmediato?
2. Cuando vienes o pasas por aquí, ¿qué sueles hacer y con quién sueles venir?
3. Cuéntame cómo suele ser tu recorrido cuando vienes a esta zona. ¿Por dónde llegas y por dónde te vas?

Experiencia en el espacio público

4. ¿Hay lugares de esta zona donde te gusta estar o donde te sientes cómoda? ¿Cuáles y por qué?
5. ¿Hay algún lugar de esta zona que prefieras evitar o por donde no te guste pasar? ¿Qué hace que lo evites?
6. ¿Alguna vez has vivido una situación en esta zona que te haya hecho sentir incómoda o poco segura? Si deseas contarlo, ¿qué ocurrió?

Comportamientos y estrategias

7. Cuando algo de esta zona te hace sentir incómoda o insegura, ¿qué haces normalmente?
8. ¿Hay momentos del día en los que tu experiencia en esta zona cambia? ¿Qué cambia para ti?

Seguridad y necesidades

9. ¿Hay algo que haga que te sientas más tranquila o segura cuando estás aquí?
10. ¿Qué tendría que cambiar o mejorar en esta zona para que te sientas más cómoda, tranquila y libre al estar o pasar por aquí? ¿Por qué?

Cierre

¿Hay algo sobre esta zona o sobre cómo te sientes cuando estás aquí que no te haya preguntado y que consideres importante contarme?

Agradecimiento:

Muchas gracias por tu tiempo y por contarme tu experiencia. Lo que me has compartido me ayudará a comprender mejor cómo viven las niñas y adolescentes en esta zona. Recuerda que la información será utilizada únicamente con fines académicos y tu identidad se mantendrá protegida.

Preguntas de profundización

Estas preguntas podrán utilizarse durante la conversación según las respuestas de la entrevistada:

- ¿Puedes contarme un poco más?
- ¿Por qué?
- ¿Cómo te sentiste?
- ¿Puedes darme un ejemplo?
- ¿Qué hiciste después?

ANEXO 3

Encuesta de satisfacción

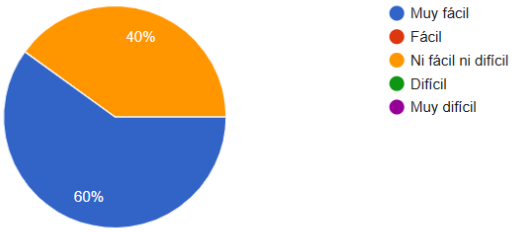
Figura 26

Resultados obtenidos durante la experimentación

1. Facilidad de uso

¿Qué tan fácil te resultó utilizar el servicio ALMA?

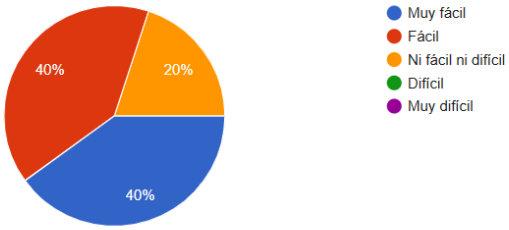
5 respuestas



2. Comprensión

¿Qué tan fácil fue entender cómo funciona ALMA y qué opciones de apoyo ofrece?

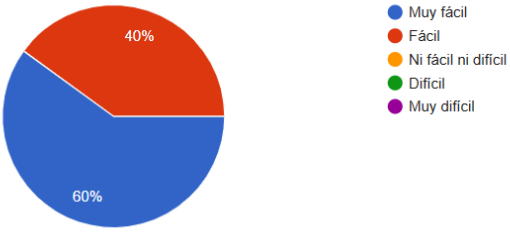
5 respuestas



3. Navegación

¿Qué tan fácil te resultó encontrar la información o ayuda que necesitabas?

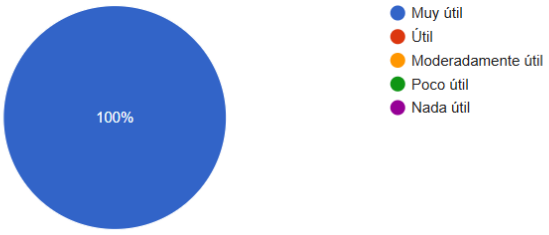
5 respuestas



4. Utilidad

¿Qué tan útil consideras que es ALMA para acompañar a adolescentes durante sus recorridos?

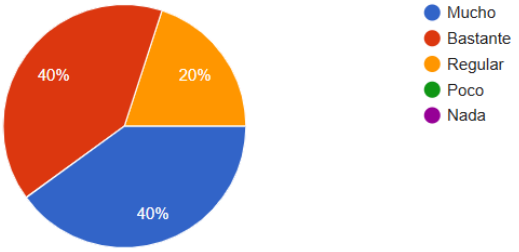
5 respuestas



5. Toma de decisiones

¿En qué medida consideras que ALMA te ayudaría a tomar decisiones con mayor confianza ante diferentes situaciones durante tus recorridos?

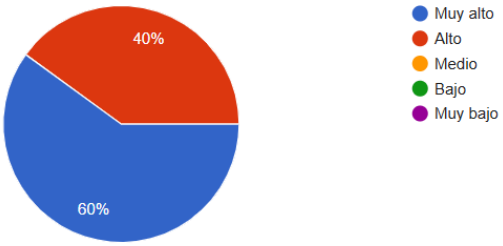
5 respuestas



6. Confianza

¿Qué nivel de confianza te genera ALMA como servicio de apoyo y orientación?

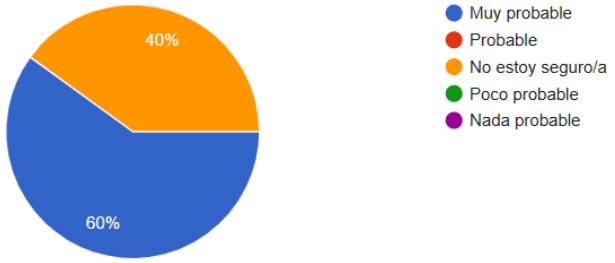
5 respuestas



7. Intención de uso

Si ALMA estuviera disponible, ¿qué tan probable sería que lo utilizaras cuando necesitaras orientación o apoyo?

5 respuestas

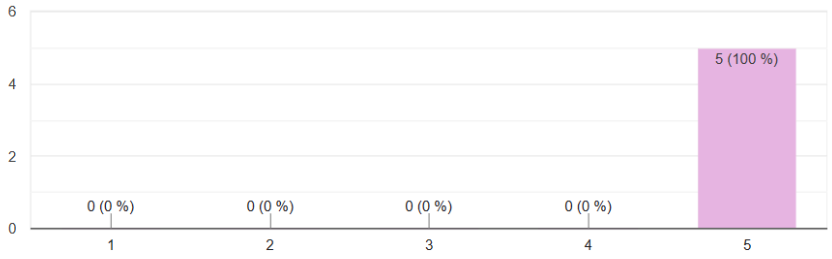


8. Satisfacción general ☆

Copiar gráfico

En general, ¿qué tan satisfecho/a estás con tu experiencia utilizando ALMA?

5 respuestas

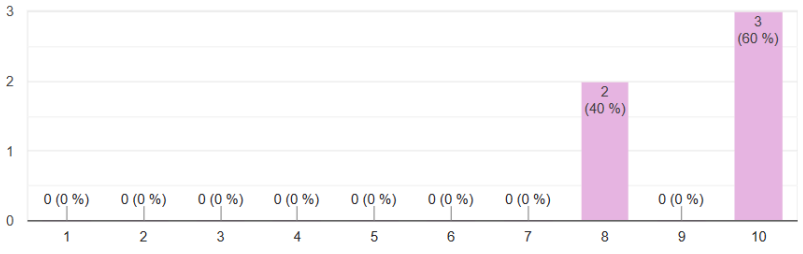


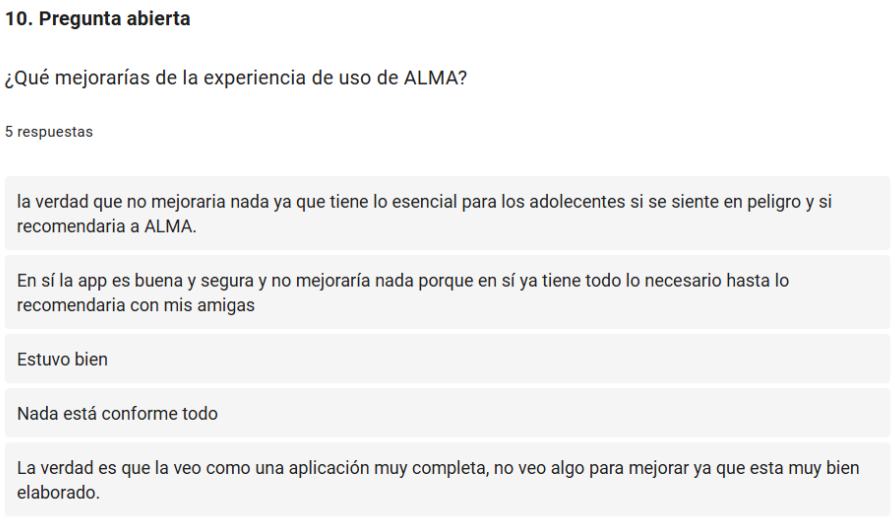
9. Recomendación

Copiar gráfico

¿Qué tan probable sería que recomendaras ALMA a otro adolescente que pudiera necesitar este tipo de apoyo?

5 respuestas





Enlace de acceso: **https://lix.li/N9ZWpJ**

ANEXO 4

Registro de las pruebas de usabilidad

Testeo con usuarios: **https://lix.li/O95M4**

Enlaces de los prototipos de alta fidelidad: **https://lix.li/bRjMr**

ANEXO 5

Repositorio del proyecto ALMA

Material en drive: **https://lix.li/hcM5S**