

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



TESIS

**ESTRATEGIA COMUNICATIVA BTL APLICADA A ESTUDIANTES
DEL 4º Y 5º GRADOS DE SECUNDARIA DE LA I.E. SAGRADO
CORAZÓN DE JESÚS DE ANTA - CUSCO PARA PREVENIR LA
TRATA DE PERSONAS 2022**

PRESENTADO POR:

Br. SAMANTHA QUISPE DELGADO

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

ASESOR:

Dr. GABINO ALBERTO GARCIA CAMPANA

CUSCO – PERÚ

2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro. CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: Estrategia Comunicativa BTL aplicada a estudiantes del 4º y 5º grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta - Cusco para prevenir la trata de Personas 2022 presentado por: Samantha Quispe Delgado con DNI Nro.: 48368696 presentado por: con DNI Nro.: para optar el título profesional/grado académico de Licenciada en Ciencias de la comunicación

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 02 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 9%.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 23 de enero de 2024



Firma

Post firma G. Alberto García Campaña

Nro. de DNI 23833109

ORCID del Asesor 0000-0002-5921-5634

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid:27259:238463474

NOMBRE DEL TRABAJO

Estrategia comunicativa BTL

AUTOR

Samantha Quispe Delgado

RECUENTO DE PALABRAS

21487 Words

RECUENTO DE CARACTERES

113363 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

108 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

1.8MB

FECHA DE ENTREGA

Jun 5, 2023 4:49 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jun 5, 2023 4:51 PM GMT-5**● 9% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 8% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 6% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente

PRESENTACIÓN

Señorita:

Decana de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Señores Miembros del Jurado:

De acuerdo al reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, pongo a vuestra consideración el presente trabajo de investigación que lleva por título, *ESTRATEGIA COMUNICATIVA BTL APLICADA A ESTUDIANTES DEL 4º Y 5º GRADOS DE SECUNDARIA DE LA I.E. SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS DE ANTA - CUSCO PARA PREVENIR LA TRATA DE PERSONAS 2022*, para optar al Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

El presente trabajo de investigación académica tiene el propósito de promover el uso de los productos derivados de la estrategia comunicativa BTL como instrumentos al servicio de la lucha contra el delito de la trata de personas, fenómeno que está en crecimiento en nuestro país y por ello mismo también en Cusco y en la Provincia de Anta.

Br. Samantha Quispe Delgado

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis padres
Flora Delgado Cama, Eloy Quispe Arias,
quienes son pilares en mi aprendizaje,
me brindan su amor constante y
me alientan a mejorar como persona y profesional.

A mis queridos hermanos Juan Carlos, Yoel, Paul y David,
que siempre están para mí, brindándome su apoyo y cariño.

A mi familia y amigos, por alentarme a creer en mis sueños
y por formar parte importante en mi vida.

Samantha Quispe Delgado

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por guiar mis pasos y ayudarme a ser una mejor persona, dándome esa fortaleza en los momentos difíciles.

Agradezco a los docentes de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional del Cusco, por ser parte de nuestra formación y guías en nuestro camino profesional.

A mi asesor de tesis Dr. Gabino Alberto García Campana, por brindarme su apoyo, sus consejos y disposición de su tiempo para la realización de la presente investigación.

A mi familia por apoyarme incondicionalmente, acompañarme y ser mi soporte en los momentos que necesito de ellos, para el logro de mis objetivos.

Samantha Quispe Delgado

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se centra en la aplicación de la estrategia comunicativa BTL (Below The Line) para prevenir la trata de personas en estudiantes de 4° y 5° grados de secundaria en la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta, Cusco, durante el año 2022. La estrategia BTL llega a ser una herramienta eficaz al influir positivamente en la conciencia y actitudes de los estudiantes respecto al fenómeno de la trata de personas; su implementación logra transmitir información valiosa que se caracteriza por ser persuasiva, creativa y visualmente impactante, promoviendo comportamientos preventivos. La muestra se realizó en 80 estudiantes a quienes se aplicó una encuesta, encontrándose un bajo nivel de conocimiento inicial sobre la estrategia BTL, a pesar de poseer productos relacionados. Sin embargo, los estudiantes mostraron comprensión de la importancia de la estrategia para prevenir la trata de personas, es decir, se destacó la necesidad de fortalecer su conocimiento al respecto.

Palabras clave: Estrategia BTL, trata de personas, adolescentes, prevención, productos BTL, persuasión, participación activa, mensajes duraderos.

ABSTRACT

The present research work focuses on the application of the BTL (Below The Line) communication strategy to prevent human trafficking in students in 4th and 5th grades of secondary school in the I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta, Cusco, during the year 2022. The BTL strategy becomes an effective tool to positively influence the awareness and attitudes of students regarding the phenomenon of human trafficking; its implementation manages to transmit valuable information that is characterized by being persuasive, creative and visually impactful, promoting preventive behaviors. The sample was carried out on 80 students to whom a survey was applied, finding a low level of initial knowledge about the BTL strategy, despite having related products. However, students showed understanding of the importance of the strategy to prevent human trafficking, i.e., the need to strengthen their knowledge in this regard was highlighted.

Key words: BTL strategy, human trafficking, adolescents, prevention, BTL products, persuasion, active participation, lasting messages.

INTRODUCCIÓN

La trata de personas ha perdurado a través del tiempo, convirtiéndose en un problema social a escala global. A principios del siglo XX, se crearon algunas leyes internacionales para abordar lo que en ese momento se conocía como trata de blanca. Sin embargo, este término no fue suficiente para incluir otras formas de explotación, como las que involucran a hombres y mujeres de diferentes orígenes étnicos, sociales y culturales. Por lo tanto, los Estados, las organizaciones sociales y los organismos internacionales buscaron una definición más inclusiva, y se acordó llamar a este fenómeno como trata de personas.

La trata de personas es un medio por el cual se negocia con las personas, utilizando al ser humano como un objeto, en especial para la explotación sexual, por lo que en su mayoría se capta a mujeres, especialmente menores de edad. Es así, que la trata de personas es un delito que se viene incrementando no solo en nuestro país sino a nivel mundial, siendo un fenómeno social que cobra gran importancia.

Para la Oficina contra la Droga y el Delito de las Naciones Unidas (2021), este fenómeno involucra directamente a los sectores más vulnerables de la sociedad entre ellos la población infantil y adolescente, quienes llegan a ser una población vulnerable por su desarrollo psicológico y social que tiene del mundo externo algo que los lleva a ser manipulados de forma fácil.

Según la organización Capital Humano y Social Alternativo (CHS Alternativo), la trata de personas se entiende como el delito en el que se capta, transporta, traslada, recibe y/o retiene a una persona para explotarla, ya sea sexualmente, laboralmente o bajo otras modalidades.

La presente investigación académica, ha surgido de la confirmación que la trata de personas es un fenómeno que también está presente en el Cusco y en la Provincia de Anta,

de donde los medios de comunicación han reportado casos de desaparición de menores de edad, pero también de explotación, que sucede cuando los niños y las niñas son extraídas de sus hogares, especialmente de zonas rurales para ser sometidos a trabajos domésticos incluso inhumanos, por parte de personas que se esconden bajo las denominaciones de “madrinas” y “padrinos”.

Frente a esta dura realidad es necesario impulsar acciones de prevención para enfrentar la trata de personas, una de las cuales es la estrategia BTL, cuyos alcances y potencialidades propongo en la presente tesis.

Para un enfoque más comprensible de la investigación, he considerado la siguiente estructura capitular:

El primer capítulo está referido al planteamiento del problema, justificación y objetivos de la investigación.

El segundo capítulo hace referencia al marco teórico conceptual, ampliando la definición de términos utilizados en la presente investigación, así como los antecedentes o estado de arte.

El tercer capítulo está destinado a abordar los aspectos relacionados con la formulación de la hipótesis y operacionalización de variables.

En el cuarto capítulo se ha desarrollado la metodología de la investigación, considerando tipo, nivel, unidad de análisis, población, tamaño de muestra y técnicas de selección, recolección e interpretación de datos.

En el quinto capítulo se ha considerado los resultados, discusión y validación, así mismo comprende la propuesta.

Finalmente doy a conocer mis conclusiones, sugerencias, bibliografía y anexos.

INDICE

PRESENTACIÓN	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
INTRODUCCIÓN.....	vii
CAPÍTULO I.....	14
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1. Situación Problemática	14
1.2. Formulación del Problema	17
1.2.1 Problema General.....	17
1.2.2 Problemas Específicos	17
1.3. Justificación de la Investigación	17
1.4. Objetivos de la Investigación.....	20
1.4.1 Objetivo General.....	20
1.4.2 Objetivos Específicos	20
CAPITULO II.....	21
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	21
2.1. Bases Teóricas.....	21
2.1.1. Comunicación.....	21
2.1.2. Estrategia.....	24
2.1.3. Estrategias Comunicativas.	25
2.1.4. Historia del BTL.....	30

2.1.5. Estrategias de Comunicación ATL y BTL.....	31
2.1.6. Elementos del BTL.....	35
2.1.7. La Trata de Personas	37
2.1.8. Elementos Constitutivos de la Trata de Personas	40
2.1.9. Formas de Explotación	44
2.1.10. Factores de Mayor Vulnerabilidad Frente a la Trata de Personas.....	46
2.1.11. Definición según la Legislación Penal Peruana	48
2.1.12. Formas Agravadas de la Trata De Personas	49
2.1.13. Clasificación de la Trata de Personas	51
2.1.14. Ley N° 30251- Ley que Perfecciona la Tipificación del Delito de Trata de Personas.	52
2.1.15. Denuncias por Trata de Personas en el Perú	55
2.1.16. Testimonios	57
2.1.17. Probables Rutas de Trata de Personas en el Perú	60
2.1.18. I.E. Sagrado Corazón de Jesús – Anta.....	61
2.2. Marco Conceptual	63
2.3. Antecedentes de la Investigación.....	64
2.3.1. Internacional	64
2.3.2. Nacional.....	65
2.3.3. Local.....	66
CAPÍTULO III	69
HIPÓTESIS Y VARIABLES	69
3.1. Hipótesis	69
3.1.1 Hipótesis General	69

3.1.2	Hipótesis Específicas.....	69
3.2.	Identificación de variables.....	69
3.2.1.	Variable Independiente:.....	69
3.2.2.	Variable dependiente:.....	69
3.2.3.	Variable Interviniente:	70
3.3.	Operacionalización de Variables	70
CAPÍTULO IV		72
METODOLOGÍA.....		72
4.1.	Ámbito de Estudio: Localización Política y Geográfica.....	72
4.2.	Tipo y nivel de la investigación	73
4.3.	Unidad de Análisis	74
4.4.	Población de Estudio	74
4.5.	Tamaño de la Muestra.....	74
4.6.	Técnicas de Selección de Muestra.....	75
4.7.	Técnicas de Recolección de Información	75
4.8.	Técnicas de Análisis e Interpretación de Información	75
CAPÍTULO V		76
RESULTADOS Y DISCUSIÓN		76
DISCUSIÓN.....		89
PROPUESTA		93
CONCLUSIONES.....		102
SUGERENCIAS.....		103
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		104
ANEXOS		109

INDICE TABLA

Tabla 1	Elementos constitutivos de la trata de personas	40
Tabla 2	Datos informativos de la Institución Educativa Sagrado Corazón de Jesús de Anta, departamento de Cusco.....	62
Tabla 3	Operacionalización de variables.....	70
Tabla 4	Número de alumnos de la I.E. Sagrado Corazon de Jesus - Anta	74
Tabla 5	En los últimos meses ¿ha escuchado usted hablar de trata de personas en la Provincia de Anta?.....	76
Tabla 6	Si ha escuchado usted hablar de trata de personas ¿a través de qué medios escuchó usted?.....	77
Tabla 7	¿Sabe usted qué es trata de personas?	78
Tabla 8	¿En la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta se aborda temas relacionados con la trata de personas?.....	79
Tabla 9	¿Sabe usted que es estrategia Comunicativa BTL?.....	80
Tabla 10	¿Conoce alguna forma de estrategia comunicativa BTL que se ha implementado en la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta para prevenir la trata de personas?.....	81
Tabla 11	¿Cree usted que los estudiantes participarían activamente en la aplicación de las estrategias BTL para prevenir la trata de personas?	82
Tabla 12	¿En qué espacios deberían colocarse los productos de la estrategia BTL para prevenir la trata de personas?.....	83
Tabla 13	¿Cree usted que las autoridades educativas de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta estarían dispuestas apoyar la estrategia BTL para prevenir la trata de personas?	84
Tabla 14	¿Cree usted que la estrategia comunicativa BTL podría encontrar apoyo en otras instituciones educativas de la Provincia de Anta?.....	85

INDICE FIGURAS

Figura 1	Afiches preventivos relacionados a la trata de personas	37
Figura 2	Posibles rutas de traslado de la trata de personas en el Perú	61
Figura 3	Ubicación geográfica de la provincia de Anta	73
Figura 4	En los últimos meses ¿ha escuchado usted hablar de trata de personas en la Provincia de Anta?.....	76
Figura 5	Si ha escuchado usted hablar de trata de personas ¿a través de qué medios escuchó usted?	77
Figura 6	¿Sabe usted qué es trata de personas?	78
Figura 7	¿En la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta se aborda temas relacionados con la trata de personas?.....	79
Figura 8	¿Sabe usted que es estrategia Comunicativa BTL?.....	80
Figura 9	¿Conoce alguna forma de estrategia comunicativa BTL que se ha implementado en la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta para prevenir la trata de personas?	81
Figura 10	¿Cree usted que los estudiantes participarían activamente en la aplicación de las estrategias BTL para prevenir la trata de personas?	82
Figura 11	¿En qué espacios deberían colocarse los productos de la estrategia BTL para prevenir la trata de personas?	83
Figura 12	¿Cree usted que las autoridades educativas de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta estarían dispuestas apoyar la estrategia BTL para prevenir la trata de personas?.....	84
Figura 13	¿Cree usted que la estrategia comunicativa BTL podría encontrar apoyo en otras instituciones educativas de la Provincia de Anta?	85
Figura 14	Banner sobre el delito de la trata de personas.....	98
Figura 15	Stickers sobre el delito de la trata de personas	99
Figura 16	Llavero sobre el delito de la trata de personas.....	100
Figura 17	Pulseras	101

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación Problemática

Uno de los fenómenos sociales que afecta la vida de personas vulnerables en el departamento del Cusco y especialmente en la provincia de Anta, en los últimos años, es el referido a la trata de personas, acción que es definida por el diccionario de la Real Academia Española como “la captación, transporte, traslado, acogida o recepción de personas, recurriendo a la amenaza o al uso de la fuerza u otras formas de coacción, al rapto, al fraude, al engaño, al abuso de poder o de una situación de vulnerabilidad o a la concesión o recepción de pagos o beneficios para obtener el consentimiento de una persona que tenga autoridad sobre otra, con fines de explotación”.

De acuerdo al Sistema Informático de Registro de Denuncias Policiales (SIDPOL), en el departamento del Cusco se han registrado 1135 denuncias de desaparición en el periodo de enero a diciembre del 2022, acorde a estas estadísticas el Cusco se encuentra como uno de los departamentos con más desapariciones a nivel nacional, antecedido por el departamento de Lima con 6724 denuncias.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) indicó que se registró 237 denuncias de trata de personas a nivel nacional al primer semestre del 2022, de acuerdo con la información brindada por el Ministerio del Interior.

Según la Policía Nacional del Perú en la región Cusco, se pudo verificar que el 4.5% de las presuntas víctimas son captadas en la provincia de Anta. Asimismo, la información obtenida señala que existen algunos casos en los que los captadores se han desplazado a zonas alto andinas.

Por lo que es crucial resaltar la estrecha relación que existe entre la migración y el delito de trata de personas, ya que esta conexión se fundamenta en el desarraigo y la exposición, porque implica desplazarse hacia diferentes lugares. En otras palabras, la migración no solo implica un cambio de ubicación, sino que también abre la puerta a la vulnerabilidad y a situaciones propicias para la explotación. De acuerdo al Ministerio de Justicia y Derechos Humanos no es casualidad que las rutas y áreas de reclutamiento para la trata en Cusco estén ubicadas en distritos con mayores salidas migratorias, como Urcos, Chumbivilcas, Anta, Quillabamba, Paruro, Sicuani, Quispicanchi, Ccaccta, Ocangate, Paucartambo y Santiago. En estos lugares, la vulnerabilidad de las víctimas facilita su captación por parte de los traficantes. (p. 31)

Las personas que se desplazan a otros lugares son más propensas a ser víctimas de la trata de personas, ya que son más vulnerables en entornos desconocidos. Así mismo, la pobreza y la falta de oportunidades pueden impulsar la migración interna o incluso internacional en busca de mejores oportunidades. Este proceso de migración aumenta la vulnerabilidad de las personas, ya que se encuentran en entornos no familiares y a menudo carecen de una red de apoyo.

Según el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (2022), la mayoría de las víctimas de trata con fines de explotación sexual que son atendidas en los Centros de Emergencia Mujer (CEM) son niños, niñas y adolescentes, representando un 79,4% de los casos. En cambio, las personas adultas representan un porcentaje menor, siendo un 20,6% de las víctimas atendidas.

De acuerdo al reporte de Igualdad y No Violencia N° 27 de la Defensoría del Pueblo, en abril del 2022, se reportaron como desaparecidos 344 niños, niñas y adolescentes; de esta

cifra, 283 eran niñas y adolescentes mujeres, es decir, un 82 %. Lo que reafirma la relación del género y la edad de las víctimas como factores de vulnerabilidad. (p. 3)

En este contexto encontramos que, la población de estudio identificado en la presente tesis, se enmarca justamente en los estudiantes de los grados cuarto y quinto de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta - Cusco, pues ellos se encuentran en un rango de edad promedio de 15 y 17 años.

Asimismo, la falta de educación sobre este tema puede hacer que los estudiantes sean más susceptibles a caer en situaciones de explotación, los traficantes pueden aprovechar la necesidad económica ofreciendo falsas promesas de empleo o educación.

Implementar programas educativos en Anta se vuelve crucial, utilizando una estrategia comunicativa preventiva contra la trata de personas, puesto que la educación puede empoderar a la comunidad para reconocer los riesgos y tomar medidas para protegerse.

Como lo explica el Diccionario de la RAE, el tráfico de personas no es sólo con fines de explotación sexual, sino también para la explotación laboral. Se presume que algunos de los que forman parte de los desaparecidos habrían sido llevados a trabajar en actividades de minería ilegal, principalmente al departamento de Madre de Dios.

Existe una situación de vulnerabilidad cuando la persona en cuestión no tiene otra alternativa, que someterse al abuso, por ello la importancia de combatir este problema latente.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

P.G. ¿Cómo las estrategias comunicativas BTL influyen en la prevención de la trata de personas en los estudiantes de 4^{to} y 5^{to} grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta 2022?

1.2.2 Problemas Específicos

P.E.1. ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre la estrategia comunicativa BTL de los estudiantes de 4^{to} y 5^{to} grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta 2022?

P.E.2. ¿Cuáles son las características de la estrategia comunicativa BTL utilizadas en los estudiantes de 4^{to} y 5^{to} grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta 2022?

1.3. Justificación de la Investigación

El presente trabajo de investigación surge del interés de verificar la aplicabilidad de estrategias comunicativas BTL, y su influencia en el comportamiento preventivo ante la trata de personas en los estudiantes de 4^{to} y 5^{to} grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta; teniendo en cuenta que, de acuerdo a la información brindada por el Ministerio del Interior (2022), el Cusco se encuentra en el 3er lugar a nivel nacional entre los departamentos con mayor número de denuncias de trata de personas, antecedido por Lambayeque y Lima.

La provincia de Anta cuenta con una población que, de acuerdo al INEI (2017), en su mayoría vive en un área rural y un menor porcentaje de ella radica en un área urbana, caracterizándose por ser una población eminentemente rural por sus actividades socio

económicas dependientes de la agricultura, aunque en los últimos años se puede observar una disminución considerable de ruralidad; así mismo es una población joven que busca oportunidades de trabajo y de estudio, por lo que muchas veces se trasladan a otra ciudad en busca de oportunidades, siendo la principal la ciudad del Cusco, lo que podría conllevar a situaciones de riesgo a los adolescentes y jóvenes debido a que la trata no solo se da en casos que las víctimas crucen las fronteras hacia otros países, sino también se puede dar dentro de un país, y el nuestro tiene rutas de traslado, siendo el Cusco el principal lugar de captación de víctimas de trata.

La relación entre la migración y la trata de personas se debe a que la migración puede provocar desarraigo y exposición, lo que hace que las personas sean más vulnerables a la trata. “no es coincidencia que las rutas y las zonas de captación de trata en Cusco sean, en su mayoría, los distritos con saldos migratorios negativos como Urcos, Chumbivilcas, Anta, Quillabamba, Paruro, Sicuani, Quispicanchi, Ccaccta, Ocongate, Paucartambo y Santiago, donde la condición de vulnerabilidad de las víctimas hace que sean más fácilmente captadas por los tratantes.” (Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, 2016, p. 24)

Del mismo modo, se mencionan como zonas de captación las provincias de Quispicanchi, Cusco, Paucartambo, Chumbivilcas, Anta, La Convención, Paruro y Canchis, y como zonas de explotación interna más frecuentes, el distrito de San Jerónimo y la provincia de la Convención. También es importante precisar que, de la provincia de Anta provienen muchos solicitantes de visas para salir al extranjero.

Si bien es cierto que la visa en sí misma, no es una causa directa de la trata de personas, pero puede ser un factor que aumente la vulnerabilidad de las personas a ser víctimas de trata, y también podría ser utilizado por los tratantes para atraer a sus víctimas.

Sustento teórico

La presente investigación tiene como finalidad identificar los aportes de la estrategia comunicativa BTL al servicio de la prevención de la trata de personas, tanto como medio complementario o alternativo de la comunicación.

Así mismo, debemos enfatizar que este tipo de estrategia comunicativa y sensibilización, se puede utilizar para asuntos sociales y ayudar a hacer frente a problemas trascendentales como es la trata de personas, que es considerada una forma de esclavitud moderna siendo una problemática a nivel mundial.

Sustento práctico

La investigación se realiza con el propósito de dar a conocer, que existe una necesidad de brindar información a los ciudadanos frente a los hechos de suma importancia ocasionados por la trata de personas, siendo la estrategia BTL un medio que contribuya a la prevención mediante la difusión de información y sus formas de captación, como medio de prevención ante la trata de personas.

Sustento social

El Estado Peruano aprobó la Política Nacional frente a la trata de personas y sus diferentes formas de explotación al 2030, ya que la trata de personas vulnera la dignidad y libertad de las personas.

En la provincia de Anta, departamento del Cusco, se ha producido en los últimos años denuncias sobre desaparición de personas, hecho que los medios locales, particularmente la radio, han atribuido a la existencia de mafias que trasladan personas, contra su voluntad, principalmente desde las zonas rurales.

Por lo cual la importancia de tener estrategias comunicativas como un mecanismo fundamental de prevención, y que influya de manera positiva en la conducta preventiva de los ciudadanos.

Sustento metodológico

El uso del BTL como estrategia comunicativa, a través del empleo de formas de comunicación no masivas dirigidas a segmentos específicos, puede lograr efectos positivos en variables como prevención ante la trata de personas.

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1 Objetivo General

O.G. Conocer de qué manera la estrategia comunicativa BTL influye en la prevención de la trata de personas en los estudiantes del 4º y 5º grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta – Cusco.

1.4.2 Objetivos Específicos

O.E. 1.- Determinar el nivel conocimiento de la estrategia comunicativa BTL que permita a los estudiantes del 4º y 5º grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta – Cusco enfrentar el fenómeno la trata de personas.

O.E.2.- Identificar las características de la estrategia comunicativa BTL utilizada en los estudiantes de 4º y 5º grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta – Cusco.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Bases Teóricas

2.1.1. Comunicación

La comunicación es un proceso fundamental que permite a los seres humanos interactuar y establecer relaciones, ya sea de forma verbal o no verbal. Es un proceso complejo que involucra la transmisión de información entre un emisor y un receptor a través de un canal específico. En este sentido, la comunicación no se limita a la transmisión de información verbal, sino que también incluye la comunicación no verbal, que se refiere al uso del lenguaje corporal y gestual para transmitir significados.

Uno de los autores más relevantes en el estudio de la comunicación es el psicólogo social Harold Lasswell (1948), quien propuso en su modelo las cinco preguntas fundamentales que deben responderse en cualquier acto comunicativo: quién, dice qué, a quién, por qué canal y con qué efecto. Este modelo sigue siendo utilizado en la investigación en comunicación, pretendiendo explicar el comportamiento de las masas como la respuesta ante distintos estímulos.

Por su parte, David K. Berlo (1960) afirma que la comunicación es un proceso que permite al ser humano negociar su posición en el entorno en el que vive, de este modo, la comunicación es un valor de interlocución, de poder, de influencia y de control. Sobre todo, si de agentes sociales se habla como la cultura, la política y la educación, ya que éstos son incomprendidos si se aíslan de procesos comunicativos, debido a que estos requieren ser promocionados, difundidos e instruidos, en especial si de educación hablamos, pues este proceso por sí mismo, implica una emisión de mensajes de contenidos significativos.

Somos seres sociales, en el sentido de que pasamos la mayor parte de nuestras vidas con otras personas, por lo cual, es importante aprender a comunicarnos con otros y a desarrollarnos adecuadamente en situaciones sociales, que con la ayuda de ciertas habilidades de comunicación podremos mejorar las relaciones interpersonales. La comunicación es el acto por el cual un individuo establece con otro un contacto que le permite transmitir una información.

En la comunicación intervienen diversos elementos que pueden facilitar o dificultar el proceso. Verlo desarrolló un modelo de comunicación basado en cuatro elementos:

1. Fuente: Toda comunicación tiene una Fuente. Esta puede ser un individuo o un grupo. Es la responsabilidad de la fuente en codificar el mensaje que necesita ser comunicado.
2. Mensaje: Contenido significa todo lo que es comunicado, intencional o no.
3. Canal: Medio por el que se envía el mensaje. Los canales de Berlo claramente se relacionan a los cinco sentidos y resaltan que la habilidad de enviar un mensaje no es solo acerca de las palabras que oímos o leemos.
4. Receptor: El recipiente es la persona o grupo a la cual se le intenta comunicar un mensaje.

Por otro lado, Roman Jakobson(1960) propuso un modelo de comunicación que se enfoca en seis componentes: emisor, receptor, mensaje, código, canal y contexto.

En ambos modelos, podemos ver que la comunicación es un proceso complejo que involucra varios elementos y variables. Además, otros autores, como Marshall McLuhan (1994), argumenta que el medio es el mensaje y que la tecnología influye en la forma en que la comunicación se lleva a cabo.

En términos generales, la comunicación es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado.

Erving Goffman (1959) se centró en la comunicación en situaciones cara a cara y cómo las personas utilizan la comunicación no verbal para transmitir información sobre sí mismas y su relación con los demás.

La comunicación es una característica y una necesidad de las personas y de las sociedades, que surge con el fin de intercambiar información y relacionarse entre sí. Es así que la comunicación, desde el punto de vista más técnico y comercial es considerada como el acto de transmitir un mensaje, como un proceso más o menos complejo en el que dos o más personas se relacionan a través de un intercambio de contenidos con códigos similares, tratan de comprenderse e influirse de forma que sus objetivos sean aceptados en la forma prevista, utilizando un canal que actúa de soporte en la transmisión de la información.

Romo (2003), indica que debemos entender por comunicación a la transmisión de una “imagen” que se lleva a cabo principalmente a través de los medios de comunicación. Esta imagen debe ser sólida para que la persona proyecte la representación adecuada y comunique eficazmente, pues si no, se dirá que la persona comunica mal. El objetivo final dentro de esto, es que el mensaje llegue a su destino previsto, lo que significa que la persona debe transmitir el mensaje de manera efectiva y clara.

2.1.2. Estrategia.

Según la RAE, la palabra "estrategia" proviene del vocablo griego "estratego" que significa general. Sus orígenes se revelan en el campo militar, transfiriéndose con gran acierto a la esfera económica y a su vez, ha encontrado propiedad en las diferentes esferas de la sociedad.

El concepto de estrategia ha sido objeto de estudio y discusión en diversas disciplinas, como la administración, el marketing, la política y la guerra, entre otras. En términos generales, se entiende como un plan de acción para alcanzar un objetivo específico.

Muchas son las definiciones que podemos encontrar en la literatura tratando de conceptualizar el término de referencia y su diversidad se expresa en correspondencia con la esfera en que se emplee. De acuerdo con diferentes autores, aparecen definiciones tales como:

- “un conjunto de objetivos y políticas para lograr objetivos amplios”
- “una forma de conquistar el mercado”
- “la declaración de la forma en que los objetivos serán alcanzados, subordinándose a los mismos y en la medida en que ayuden a alcanzarse”
- “la mejor forma de insertar la organización a su entorno”

Daniel Gilbert (citado en Stoner, 1996), señala que el concepto de estrategia “incluía tanto un componente de planificación, como un componente de toma de decisiones o de acción”. (p. 292)

Por su parte, Chandler (1962) define la estrategia como “la determinación de los objetivos y planes a largo plazo, la adopción de los cursos de acción y la asignación de los recursos necesarios para lograr dichos objetivos”. (p. 325)

Según Thompson y Strickland (2004), el objetivo de una estrategia bien formulada no es solo el éxito competitivo y rentable en el corto plazo, sino el éxito duradero que mantenga el crecimiento y asegure el futuro de la empresa en el largo plazo.

La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención sobre una situación establecida. (López Viera, 2003)

- Ofrece un marco de referencia para una planeación más detallada y para las decisiones ordinarias; supone un marco temporal más largo.
- Ayuda a orientar las energías y recursos de la organización hacia las actividades de alta prioridad, y es una actividad de alto nivel, en el sentido de que la alta gerencia debe participar.
- La planeación operacional procura hacer bien esas cosas, eficiencia.

“Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada”. (Koontz,1991)

Como expresa Davies (2000), debido a que la estrategia se caracteriza por tener múltiples opciones, múltiples caminos y múltiples resultados, es más complejo su diseño y son más difíciles de implementar que otras soluciones lineales.

2.1.3. Estrategias Comunicativas.

Las estrategias comunicativas hacen referencia a un plan de acción que busca comunicar de manera efectiva un mensaje específico a un público determinado. Para entender mejor este concepto, podemos recurrir a las aportaciones de autores como James

Mahoney (2016), quien señala que la estrategia comunicacional se basa en la definición clara de objetivos, la comprensión del público al que se dirige y la elección de los canales de comunicación más adecuados.

Sin embargo, la estrategia comunicacional no se limita únicamente a la selección de los medios de comunicación adecuados, sino que también debe considerar la importancia de la comunicación no verbal.

Para Arellano (2008) la comunicación se debe realizar mediante una estrategia, que no es otra cosa, que una serie de acciones programadas. “La estrategia de comunicación es una serie de elecciones que permiten ubicar los momentos y los espacios más convenientes, para implementar un estilo comunicativo, un sello personal de la organización, que deberán respetar en la ejecución de todos los procesos internos, tanto laborales como humanos”. (p.3)

Según Martínez (2009) una estrategia de comunicación es el medio por el cual se pretende posicionar un mensaje principal entre distintos públicos. Se expresa en acciones específicas que definen una alternativa principal y otras alternativas contingenciales con el fin de lograr un mismo objetivo.

Marchioni (1989) señala que “no es suficiente luchar por objetivos justos; hay que luchar con métodos concretos” (p. 16).

López Viera (2003) explica que las estrategias de comunicación son un proceso que debe llevarse a cabo de manera planificada y dirigida hacia el logro de objetivos generales que permitan cambiar la realidad existente, sin perder de vista el rumbo y la esencia de estos objetivos. Es decir, se trata de un proceso cuidadosamente diseñado para lograr un cambio significativo sin perder el enfoque en los objetivos generales establecidos.

Para Rodríguez (2010), la estrategia de intervención, es un conjunto ordenado y coherente de acciones, recursos y decisiones, que se desarrollan en un proceso participativo

y colaborativo con los actores implicados, llevando a cabo acciones específicas con el objetivo de lograr ciertos cambios.

Entonces podemos señalar que la estrategia de intervención social, viene a ser el conjunto de acciones y procesos planificados y sistemáticos para abordar un problema social específico, como es el delito de la trata de personas. Esta estrategia se basa en la comprensión de la complejidad del problema social, la identificación de las causas y las consecuencias, y la definición de objetivos y metas claras. La intervención social busca cambiar o mejorar la situación social a través de la promoción del cambio social, el fortalecimiento de la capacidad de las comunidades y la movilización de recursos para abordar el problema.

La estrategia de intervención social se basa en la teoría de cambio social, que sostiene que el cambio es un proceso que se produce cuando las personas, los grupos y las instituciones cambian su comportamiento, sus actitudes y sus valores. La teoría de cambio social se basa en la idea de que los problemas sociales son el resultado de la interacción de múltiples factores, incluyendo los factores económicos, políticos, culturales y psicológicos.

La estrategia de intervención social también se basa en la teoría de la práctica, que sostiene que la acción social se produce cuando las personas interactúan entre sí y con su entorno. La teoría de la práctica se basa en la idea de que la acción social es el resultado de las prácticas cotidianas y los procesos sociales que ocurren en las comunidades.

Lo cierto es que la acción comunicativa exige de un proceso de planeación previa que contribuya de alguna manera a garantizar la eficacia del esfuerzo y para ello es necesario hablar entonces de estrategias de comunicación que constituyen el conjunto de formas y modos comunicativos que tienen como objetivo establecer una comunicación eficaz de ideas, productos o servicios con un compromiso implícito de recursos y que ayuden a la toma de decisiones.

Henry Mintzberg (1987), reconoce la diversidad de interpretaciones del concepto de estrategia, y comienza por destacar que una de las formas más comunes en que se usa esta palabra es para referirse a un plan. Según su definición, un plan es una serie de cursos de acción intencionales que sirven como una guía para intervenir o interactuar con una situación. En ese sentido, los planes se caracterizan por ser desarrollados conscientemente y con un propósito específico, y se realizan anticipadamente a las acciones que se llevarán a cabo.

Las estrategias comunicativas, parten de determinar un grupo de situaciones y saber a dónde se va a construir el escenario futuro, preparar una ruta y prever la capacidad de corregirla. Una buena estrategia plantea hacia dónde se quiere llegar, qué se desea lograr, cuáles son sus metas.

La conformación de una serie de actos comunicativos implica una planeación, un orden, un principio de interés, de disposición, de intercambio y de compartir información.

Galindo (1996) destaca la importancia de la comunicación como medio para construir significados y simbolismos que permitan la comprensión de la realidad social y política. Además, señala que la estrategia comunicativa debe estar basada en la identificación y comprensión de las audiencias a las que se dirige, para poder adaptar el mensaje a las necesidades y expectativas de dichas audiencias.

Es así, que la estrategia comunicativa es fundamental para la construcción de discursos sociales que permitan la creación de mundos posibles y la comprensión de la realidad. La comunicación debe estar basada en la identificación y comprensión de las audiencias y adaptarse a sus necesidades y expectativas para tener un mayor impacto.

La comunicación se entiende como la posibilidad de participación desde un gran entramado de relaciones donde se intercambiarán vivencias, experiencias y objetivos comunes, para la construcción de sociedades con más opciones de vida y libertad.

Una estrategia debe estar compuesta por estas dos lógicas, la informativa y la comunicativa. La función de la información en una estrategia consiste en difundir los sucesos, a partir de una selección de procedimientos en donde se encuentran involucrados los agentes para el cambio, los medios de comunicación y los mensajes. Por su parte, la función de la comunicación se ubica en la intención de compartir una situación, donde existe la intención de generar marcos de referencias similares, entre él o los que emiten un mensaje y entre él o los que reciben.

De acuerdo a Pérez, (2012), la estrategia de comunicación se trata de transmitir un mensaje de manera clara y fácilmente comprensible para el público que recibirá nuestro mensaje. Sin embargo, la teoría de comunicación que se aplique estará influenciada tanto por las teorías existentes como por la creatividad y la perspectiva del destinatario al interpretar el mensaje.

Las estrategias de intervención en comunicación se dirigen a orientar acciones de comunicación encaminadas a fortalecer la capacidad de individuos y comunidades de incidir efectivamente sobre su propio desarrollo. Dichas estrategias requieren una mayor implicación de la población en la movilización social donde estén presentes voluntades para actuar en la búsqueda de un propósito común bajo una interpretación y un sentido compartidos.

La estrategia comunicativa desde la perspectiva de la prevención de la trata de personas se enfoca en concientizar y sensibilizar a la población sobre este delito y sus consecuencias, así como en promover la prevención y la denuncia de casos de trata.

Una estrategia comunicativa efectiva debe estar basada en la identificación de las audiencias clave y en la comprensión de sus necesidades, intereses y preocupaciones. Para ello, se pueden utilizar diversos canales de comunicación, como los materiales BTL, las

redes sociales, los medios de comunicación tradicionales, los eventos comunitarios y las campañas publicitarias.

Es importante utilizar un lenguaje claro y accesible, evitando tecnicismos y jergas, para que el mensaje pueda llegar a todas las personas, sin importar su nivel de educación. Asimismo, se deben utilizar imágenes y testimonios que muestren las consecuencias de la trata de personas, para generar empatía y conciencia en la población.

La estrategia comunicativa también debe incluir información sobre los mecanismos de denuncia de la trata de personas y los recursos disponibles para las víctimas, con el fin de empoderar a las personas y fomentar la denuncia de los casos.

Es decir, una estrategia comunicativa efectiva desde la perspectiva de la prevención de la trata de personas debe ser clara, accesible, empática y enfocada en concientizar, sensibilizar y empoderar a la población para prevenir y denunciar la trata de personas.

2.1.4. Historia del BTL

Para comprender la importancia del BTL, es necesario explorar las raíces de las primeras campañas publicitarias. Los anunciantes buscaban constantemente nuevas formas de mejorar los resultados inmediatos y hacer tangible su inversión, lo que los llevó a solicitar a las agencias nuevos medios y estrategias publicitarias.

El BTL, sigla de "Below The Line" (debajo de la línea), se remonta a la década de 1960. En ese entonces, esta forma de publicidad surgió como una manera de superar las restricciones legales en la publicidad de productos como cigarrillos y licores en Europa, especialmente en Inglaterra. Estas restricciones hicieron que la publicidad en horarios diurnos y en medios como la televisión fuera difícil.

Sin embargo, fue en la década de 1980 cuando las grandes marcas empezaron a centrarse en el BTL y a destinar sus esfuerzos y presupuestos a promociones, activaciones

de marca, sponsorización, trade marketing, retail, merchandising y creación de experiencias en las calles con los consumidores. El objetivo era lograr que estas acciones fueran captadas por los medios de comunicación masivos, generando así un efecto multiplicador a través del free press.

Es así que, la historia del BTL es una muestra de la capacidad de la publicidad para adaptarse a las necesidades del mercado y de cómo las marcas han encontrado en él un medio efectivo para llegar a su público objetivo.

2.1.5. Estrategias de Comunicación ATL y BTL

ATL (Above The Line) es una estrategia de marketing que se enfoca en promover una marca, producto o servicio a través de medios masivos de comunicación, como la televisión, la radio, periódicos y revistas. En general, la publicidad ATL se enfoca en llegar a una audiencia más amplia y se caracteriza por ser más costosa que la publicidad BTL (Below The Line), debido a los altos costos de producción y distribución. Sin embargo, el alcance masivo y la exposición de la publicidad ATL pueden ser muy efectivos para generar un impacto en una gran cantidad de personas.

BTL es una estrategia innovadora en el campo de la mercadotecnia y la publicidad, aunque las prácticas que la componen no son novedosas en sí mismas, el BTL ha ganado popularidad en el mundo empresarial y se invierte cada vez más en esta corriente de marketing. Esto se debe en parte al hecho de que el mercado se segmenta cada vez más, lo que hace más difícil atraer la atención a nivel masivo. Por lo tanto, las marcas deben ser más creativas e innovadoras para destacar en un mercado saturado.

López y Ospina (2004) se refieren al Above The Line (ATL) y Below The Line (BTL) como dos enfoques diferentes dentro de la publicidad. El ATL se refiere a la publicidad en medios masivos y tradicionales como la televisión, la radio y la prensa escrita.

Mientras que el BTL hace referencia a las acciones publicitarias que se realizan fuera de estos medios masivos, como promociones, activaciones de marca, patrocinios, trade marketing, retail, merchandising, Street marketing y marketing de experiencias.

También destacan que el ATL es una forma de publicidad masiva que se enfoca en llegar a una gran audiencia y crear una imagen de marca. Por otro lado, el BTL se enfoca en establecer una relación más directa con el consumidor a través de experiencias de marca que les permitan interactuar con el producto o servicio.

Es decir, se reconoce que tanto el ATL como el BTL son importantes enfoques dentro de la publicidad, y que cada uno tiene sus ventajas y desventajas. La elección de uno u otro depende del objetivo de la campaña y del presupuesto disponible para invertir en publicidad.

Kotler y Armstrong, (2008), señalan que en la sociedad actual existe cada vez menos espacio libre para cada marca, dentro de la tan saturada capacidad de atención del consumidor. Por ello, las marcas deben lograr tres cosas con sus estrategias de promoción: inicialmente, destacarse; luego convencer al cliente y, finalmente, lograr que éste pueda recordar más tarde su producto o servicio.

Para Fill y Turnbull (2016), las comunicaciones above the line, suelen implicar el uso de medios masivos, como la televisión, la radio, los periódicos y los carteles publicitarios, para comunicarse con grandes audiencias. Las comunicaciones below the line, por otro lado, se centran en una comunicación más específica y personalizada con clientes individuales o grupos."

“Cualquiera que sea la dirección que elija, debe desarrollar planes de marketing concretos que especifiquen la estrategia de marketing y las tácticas a emplear”. (Kotler y Keller, 2012, p. 26)

La estrategia BTL puede ser una herramienta efectiva en la prevención de la trata de personas. Al enfocarse en la conexión directa y personalizada con la población, se pueden crear experiencias más significativas y educativas que ayuden a concientizar sobre los riesgos de la trata de personas y cómo prevenirla.

Si bien la creatividad es fundamental al momento de abordar el BTL, también es importante señalar que este tipo de estrategias deben estar enmarcadas en el contexto adecuado, pues al colocar la marca en un contexto social, ésta gana en significado social por asociación.

Es necesario crear nuevas formas de comunicación, más allá de los medios tradicionales, que brinden información de manera directa, creativa, donde las personas puedan interactuar a tal grado de generar una experiencia en la mente de la población. Aunque por muchos años se ha utilizado el marketing masivo para llegar a grandes cantidades de personas, en el siglo XXI se tienen que ajustar al rápido entorno cambiante, influenciado por las nuevas tecnologías y las redes sociales, que modifican las formas de llegar a la población.

Las nuevas herramientas de información y comunicación: desde internet y los teléfonos celulares, son una gran manera de mantenernos informados, por tanto, estas nuevas formas proporcionan información más detallada.

Kotler y Lee (2005), abordan al marketing social como una herramienta para promover cambios sociales positivos, explican cómo las técnicas de marketing pueden aplicarse a problemas sociales y de salud pública, como la prevención de distintas enfermedades.

El uso del BTL para la prevención de la trata de personas podría ser una forma efectiva de crear conciencia y proporcionar recursos a las personas en riesgo de ser víctimas

de este delito, centrándonos en actividades más específicas y directas con la población en la cual queremos aplicar esta estrategia.

En ese contexto, el uso del BTL como medio de prevención de la trata de personas podría implicar la organización de eventos comunitarios, la creación de materiales educativos y la distribución de folletos en lugares donde es más probable que se produzcan casos de trata de personas. También incluir la colaboración con organizaciones y aliados estratégicos relacionados en el tema, para crear conciencia y proporcionar recursos a las personas que están en riesgo de ser víctimas de la trata de personas.

Entendiéndose que el término "BTL" puede sonar ajeno, se puede adaptar también con expresiones locales y adecuar el término como "cara a cara" con el propósito de conectar de manera más efectiva con la comunidad y lograr una comprensión más sencilla.

Esta adaptación refleja nuestra cercanía y conexión, valores fundamentales para abordar la trata de personas en la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta, esta interacción directa y participativa entre alumnos, docentes, padres, pobladores y autoridades fortalece nuestras conexiones comunitarias, enfatizando la importancia de la participación activa de cada miembro de la comunidad.

Como una táctica centrada en la interacción directa, se concibe la estrategia comunicativa como una medida destinada a fortalecer la lucha contra la trata de personas. Este enfoque implica la participación activa, compartiendo conocimientos y fomentando conexiones más sólidas entre los alumnos, docentes, familiares y la comunidad para prevenir este delito grave. Esta adaptación pretende hacer que la estrategia sea más accesible y con significado para todos.

Así también el trabajar de la mano con líderes comunitarios y docentes locales será crucial para garantizar la aceptación y el éxito de la estrategia.

Se quiere que todos se involucren y se sientan parte de esta lucha contra la trata de personas, promoviendo distintos eventos y utilizando los productos de la estrategia comunicativa para la prevención de este delito.

Enfrentar la trata de personas es un desafío que no puede ser abordado solo, por lo que se necesita del compromiso y la participación de todos los miembros de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús, para trabajar, aprender y protegerse.

2.1.6. Elementos del BTL

Al ser el BTL un tipo de estrategia no convencional, debe estar en constante movimiento, ingeniando nuevas formas de llegar a las personas, estos elementos pueden combinarse y utilizarse de diferentes maneras para crear campañas de marketing efectivas y enfocadas en objetivos específicos.

A continuación, describiremos los principales elementos de una campaña BTL:

1. **Emocional:** Desde que despertamos hasta que cerramos los ojos por la noche estamos en contacto con las marcas y sus mensajes, productos y servicios, entonces, para poder hacer llegar el mensaje de la campaña publicitaria al cliente de manera más eficaz, se debe crear un sentimiento entre la campaña y el cliente, de forma tal que este último pueda experimentar una verdadera conexión con dicho mensaje.
2. **Memorable:** Para lograrlo se debe contar con el material suficiente y de calidad, que permita que el mensaje pueda ser recordado por las personas a través del tiempo. Las plataformas digitales como redes sociales son una buena herramienta para lograr esto.
3. **Entendible:** Que la comunicación sea clara, directa y al grano.

4. Innovador: La tecnología juega un papel muy importante en este punto, pues ayuda en gran medida a diseñar estrategias publicitarias más innovadoras, aunque la falta de tal no es una limitante que impida a los competidores de un mercado ser innovadores en sus campañas publicitarias.
5. Sociable: La responsabilidad social usada como herramienta de marketing y publicidad es algo que da muy buenos resultados, pues el uso de esta hace que los clientes se sientan también identificados con las causas.
6. Creativo: En gran parte el éxito de una campaña BTL se debe a la creatividad con la que pueda ser diseñada, al ser un tipo de estrategia más personalizado las campañas BTL tienen que marcar diferenciación para poder lograr captar la atención. (Davó, 2015).

Entre estas acciones se pueden dar los patrocinios, promociones, eventos sociales auspiciados, marketing directo, publicidad online segmentada, la colocación de avisos en espacios específicos, entre otros.

Tiene como ventajas el alto control que se tiene de su desarrollo y resultados, la conexión emocional que logra entre cliente y marca, y que se puede hacer prácticamente a la medida, tanto del público objetivo como de la empresa.

Brindar experiencias es parte de la esencia del below the line. No obstante, el éxito de esta estrategia está determinado por muchos factores, entre ellos, los momentos, el presupuesto, los canales, los objetivos, y por supuesto la dosis de creatividad vertida en cada acción BTL

No obstante, como se dijo, el alcance del BTL es menor, por eso las marcas deberán realizar estas actividades en una mayor frecuencia, y el bajo costo que estas actividades pueden generar lo hacen posible.

Figura 1

Afiches preventivos relacionados a la trata de personas



Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones del Perú

2.1.7. La Trata de Personas

La trata de personas es un delito grave que implica la explotación de seres humanos con fines comerciales.

Según el Protocolo de Palermo, la trata de personas se define como:

"La captación, el transporte, el traslado, la acogida o la recepción de personas, recurriendo a la amenaza o al uso de la fuerza u otras formas de coacción, al rapto, al fraude, al engaño, al abuso de poder o de una situación de vulnerabilidad o a la concesión o recepción de pagos o beneficios para obtener el consentimiento de una persona que tenga autoridad sobre otra, con fines de explotación. Esa explotación incluirá, como mínimo, la explotación de la

prostitución ajena u otras formas de explotación sexual, los trabajos o servicios forzados, la esclavitud o las prácticas análogas a la esclavitud, la servidumbre o la extracción de órganos". (UNODC, 2004, p. 44)

El Protocolo de Palermo es un instrumento internacional adoptado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en el año 2000, y tiene como objetivo prevenir, reprimir y sancionar la trata de personas, especialmente mujeres y niños.

Es importante destacar que el Protocolo de Palermo reconoce que la trata de personas es un delito que afecta a un gran número de personas en todo el mundo, y que requiere de una respuesta coordinada y efectiva por parte de la comunidad internacional. En este sentido, el protocolo establece una serie de medidas para prevenir y combatir la trata de personas, así como para proteger y asistir a las víctimas de este delito.

La Defensoría del Pueblo define la trata de personas como "el delito mediante el cual se captan, trasladan, reciben o acogen personas con fines de explotación, ya sea dentro del país o hacia el extranjero". Esta definición se encuentra en concordancia con la definición internacional de la trata de personas establecida en el Protocolo de las Naciones Unidas para prevenir, reprimir y sancionar la trata de personas, especialmente mujeres y niños.

Además, la Defensoría del Pueblo considera que la trata de personas es un delito complejo que vulnera los derechos humanos fundamentales de las personas, como la libertad, la integridad física y psicológica, la dignidad y la igualdad, y que puede tener graves consecuencias para la víctima, tanto a nivel individual como colectivo.

La Defensoría del Pueblo tiene como una de sus funciones principales la protección y promoción de los derechos humanos, y en este marco, trabaja activamente para prevenir y combatir la trata de personas, así como para garantizar la atención y protección de las víctimas de este delito.

La definición busca cubrir todas las posibles conductas que tienen como fin la explotación de la víctima justamente porque en la práctica se trata de un delito complejo llevado a cabo, en la mayoría de casos, por múltiples actores.

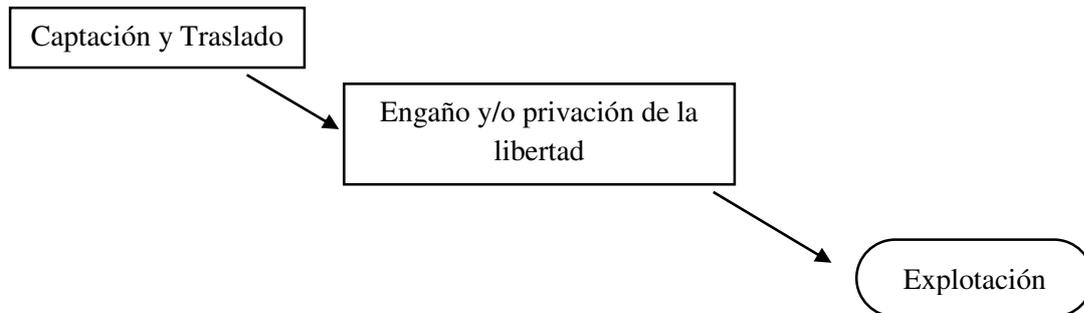
Al analizar detalladamente a los posibles actores que hayan participado en diferentes etapas de este delito, el objetivo es asegurarse de que nadie, escape de ser sancionado. Además, la identificación de los medios utilizados es crucial para entender la desigualdad de poder entre la víctima y el perpetrador, y para comprender cómo el consentimiento otorgado por la víctima puede ser viciado.

Como bien señala la Defensoría del Pueblo (2020), el aparente consentimiento de la víctima al momento de ser captada o incluso en la explotación misma no puede seguir siendo una causal de exoneración de la responsabilidad penal. Este consentimiento no debe ser considerado por los operadores de justicia para justificar la situación de trata o explotación, sino más bien deben evaluar los medios a través de los cuales el victimario consiguió comprometer la voluntad de la víctima; como el empleo de “algún medio comisivo para doblegar la voluntad de la víctima: coacciones, amenazas, intimidación, engaño, abuso de poder o de una situación de vulnerabilidad del sujeto pasivo, entre otros.” (Daunis, 2013).

De acuerdo a Bedoya y Bedoya (2005), la trata de personas es un fenómeno complejo que involucra una serie de factores sociales, económicos y culturales. En el contexto de la extracción de madera en la Amazonía peruana, señalan que la trata de personas se relaciona con la pobreza, la falta de empleo y oportunidades económicas, y la falta de acceso a la educación y otros servicios básicos.

Al tener contratos a menudo verbales, el “patrón” posterga indefinidamente el contrato, dando lugar a una servidumbre por deudas que solo podrá ser saldada entregando cada vez más madera, Al final, los trabajadores en lugar de ganar dinero extrayendo madera, terminan endeudados con el empleador, es así que se señala que la trata de personas en la

industria maderera de la Amazonía peruana está relacionada con el trabajo forzoso y la explotación laboral. Existiendo muchos trabajadores engañados o coaccionados para trabajar en condiciones precarias y peligrosas, con largas jornadas de trabajo y bajos salarios.



Fuente: Elaboración propia

2.1.8. Elementos Constitutivos de la Trata de Personas

A partir de la tipificación del Código Penal, se pueden analizar sus elementos constitutivos: conductas, medios y finalidad.

Tabla 1
Elementos constitutivos de la trata de personas

MEDIOS	CONDUCTA	FINALIDAD
<ul style="list-style-type: none"> • Violencia, amenaza u otras formas de coacción 	<ul style="list-style-type: none"> • Captación • Transporte 	<ul style="list-style-type: none"> • Venta de niñas, niños y adolescentes
<ul style="list-style-type: none"> • Privación de la libertad 	<ul style="list-style-type: none"> • Traslado 	<ul style="list-style-type: none"> • Explotación sexual y prostitución
<ul style="list-style-type: none"> • Fraude 	<ul style="list-style-type: none"> • Acogida 	
<ul style="list-style-type: none"> • Engaño 	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción 	<ul style="list-style-type: none"> • Esclavitud y prácticas análogas
<ul style="list-style-type: none"> • Abuso de poder 	<ul style="list-style-type: none"> • Retención 	

-
- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Abuso de situación de vulnerabilidad• Concesión o recepción de pagos o beneficios para obtener el consentimiento de una persona que tenga autoridad sobre otra | <ul style="list-style-type: none">• Explotación laboral y trabajos forzados• Mendicidad• Extracción o tráfico de órganos, tejidos somáticos o sus componentes humanos |
|---|---|
-

Fuente: Código Penal peruano, artículo 153.

Sobre las conductas

- a) Captación. La captación es entendida como la forma de reclutamiento o en muchos casos el primer contacto entre la víctima y el tratante.
- b) Transporte. Es el traslado de una persona de un lugar a otro, dentro o fuera del país. Pero no es solo cuestión de transporte o acompañamiento, sino que existe un riesgo asociado que se detecta cuando el tratante tiene control sobre la víctima y toma decisiones sobre su futuro.
- c) Traslado. Debe entenderse como el traspaso de control sobre una persona que es objeto de trata. Es así que, el Protocolo de Palermo se refiere con esta conducta a la «concesión o recepción de pagos o beneficios para obtener el consentimiento de una persona que tenga autoridad sobre otra». Por ejemplo, los casos de los padres que, a cambio de dinero, permiten que su hija menor de edad sea explotada sexualmente en su propia casa.
- d) Acogida. Implica consentir en su hogar o domicilio a una persona víctima de trata. Es el caso de alojamiento transitorio o provisional de la víctima que está

siendo llevada desde el lugar de captación al lugar de recepción.

- e) **Recepción.** Supone recoger a la víctima, sea del destino final o de un lugar de tránsito.
- f) **Retención.** No solo hace referencia a privar la libertad de la víctima a través del uso de violencia u otro medio, sino que supone todo acto que permita que la víctima se mantenga en una situación de peligro de explotación.

Sobre los medios

a) Abuso de una situación de vulnerabilidad o de poder:

Pobreza, situación irregular en el país, violencia doméstica o intrafamiliar, violencia de género, enfermedad, dependencia de sustancias tóxicas, estado de gestación, la situación de discapacidad, entre otros.

b) Fraude o engaño

El engaño puede tratar sobre la actividad que se va a realizar, si se le ofrece un trabajo de oficina en una agencia y en verdad es un trabajo sexual; el monto de la remuneración o el carácter remunerado en sí mismo; la gratuidad de “servicios” brindados por el tratante que luego son cobrados, como los gastos de transporte y vivienda; o las circunstancias en las que se va a realizar el trabajo.

c) Amenaza

Comunicar un daño a la víctima o a alguien cercano a ella, con el fin de someterla y permitir que sea captada, trasladada, alojada o recibida por el tratante.

d) **Violencia**

La violencia se puede definir como la aplicación de fuerza física sobre otra persona, del mismo modo para doblegar la voluntad de la víctima y que esta no impida que sea captada, trasladada, alojada o recibida por parte del tratante.

e) **Privación de la libertad**

Hace referencia a que la libertad de una persona puede ser afectada, normalmente a través de la aplicación de violencia física sobre ella.

Sobre la finalidad

La finalidad del tratante es la explotación de la víctima violando sus derechos humanos, entre ellas podemos señalar las siguientes:

- Explotación sexual
- Explotación laboral
- Mendicidad
- Venta de niños
- Tráfico de órganos

La finalidad de la trata de personas es la explotación de la víctima con fines económicos, laborales, sexuales o de otra índole, y puede incluir una combinación de estos elementos. Es importante destacar que la trata de personas es un delito grave y una violación de los derechos humanos fundamentales.

2.1.9. Formas de Explotación

Explotación sexual:

Las formas de explotación sexual incluyen los servicios sexuales que no son remunerados, explotación sexual en el turismo y viajes, la pornografía y la producción de material pornográfico, siempre que medie una relación de dominación y control sobre la persona que realiza las actividades.

Explotación laboral:

El trabajo forzado es todo trabajo o servicio exigido a un individuo bajo amenaza de una pena cualquiera y para el cual dicho individuo no se ofrece voluntariamente. (López, 2016).

Una manera más de explotación en el trabajo que es importante considerar es cuando una persona es forzada a realizar actividades ilegales por su jefe o empleador. Esto ocurre cuando el jefe tiene poder y control sobre la persona que realiza estas actividades ilegales, usando la violencia, amenazas, engaños o abusando de su vulnerabilidad, especialmente si es un menor de edad.

Esclavitud

Comprende que alguien está tratando a otra persona como si fuera una cosa que le pertenece, como si fuera una propiedad. Esto incluye la posibilidad de vender o alquilar a esa persona, usarla para trabajar y quedarse con todo lo que esa persona produzca, tratándolas como objetos en lugar de tratarlas como seres humanos.

Prácticas análogas a la esclavitud

Abarcan las siguientes conductas:

Matrimonio forzado: Comprende los casos en los que las mujer y niñas, son prometidas o dadas en matrimonio, sin que puedan oponerse, a cambio de dinero u otra contraprestación que es entregada a un familiar o cualquier otra persona. (Asamblea General ONU, 2023)

Matrimonio servil: Implica la celebración de un matrimonio sin el consentimiento pleno y libre de, al menos, uno de los contrayentes, ya sea por violencia, amenaza, coacción social o cualquier otro medio. (Asamblea General ONU, 2012)

Servidumbre por deudas: Consiste en que una persona se compromete a prestar servicios personales, o a que alguien bajo su autoridad los realice, como garantía de pago de una deuda.

Mendicidad

Es la práctica que consiste en obtener dinero y recursos materiales a través de la caridad pública, muchas veces a través de la humillación o generando lástima. La relación con la trata se produce cuando una persona o un grupo obligan a otra persona a realizar esta acción.

Venta de niños, niñas y adolescentes

Consiste en todo acto o transacción a partir de la cual un niño, una niña o un adolescente es transferido por una persona o un grupo a cambio de un pago u otro beneficio. Dentro de este supuesto también se encuentran los casos de adopción irregular, en los que el tratante induce a los padres o a quien tiene la custodia a dar su consentimiento para una adopción ilegal.

Extracción o tráfico de órganos, tejidos somáticos o sus componentes humanos

La extracción es el proceso a través del cual se obtienen órganos, tejidos o componentes humanos sin consentimiento de la víctima o que su consentimiento, haya sido motivado por la fuerza, la coacción, el engaño, el abuso de poder o el aprovechamiento de su estado de vulnerabilidad.

2.1.10. Factores de Mayor Vulnerabilidad Frente a la Trata de Personas

La vulnerabilidad a la trata de personas puede ser causada por diversos factores que incluyen la pobreza, la discriminación, la falta de educación, la migración ilegal, la violencia doméstica, la dependencia de drogas, el aislamiento social, entre otros.

UNICEF (2004) identifica entre los factores específicos que propician la trata de niñas, niños y adolescentes, los siguientes:

- a) La pobreza. “Quienes intentan vender niños, niñas y adolescentes como esclavos o para su explotación sexual no buscan a sus presas en suburbios cómodos, los buscan en las villas más pobres o en las áreas rurales más miserables, donde la pobreza aguda eleva la vulnerabilidad de los niños, niñas y adolescentes ante los abusos”.
- b) La desigualdad que padecen mujeres y niñas. “La falta de igualdad legal y social de mujeres y niñas es un caldo de cultivo para la trata. Donde mujeres y niñas son reducidas a meros objetos y son vistas como bienes económicos, se crea un clima en el cual las mujeres y niñas pueden ser compradas y vendidas”.
- c) La baja tasa de matriculación escolar. La matrícula escolar es un factor clave en la prevención de la trata de personas. Los niños, niñas y adolescentes que no tienen acceso a la educación tienen menos oportunidades de desarrollo en el futuro y, por lo tanto, son más susceptibles a creer las falsas promesas de los tratantes. Además,

la escuela puede ser un lugar seguro que aleje a los niños y adolescentes de las calles, reduciendo así su exposición a los tratantes.

- d) Niños desamparados. Los niños huérfanos o separados de sus padres son altamente vulnerables a la trata y la explotación. Aquellos niños que no tienen la protección de sus padres o que viven en instituciones son especialmente propensos a ser víctimas de tratantes que los ven como objetivos fáciles.
- e) Falta de registro en el nacimiento. “Las niñas, niños y adolescentes que no están inscritos en los registros oficiales son más susceptibles a ser víctimas de trata (...) Cuando los niños y niñas carecen de una identidad legal es más fácil para los tratantes ocultarlos. También es más difícil seguirles el rastro y monitorear su desaparición”.
- f) Alta demanda de “servicios” para la explotación sexual y mano de obra barata. Existe una relación ineludible entre la trata de personas y la alta demanda de explotación laboral y servicios sexuales.
- g) Tradiciones y valores culturales. “La trata de niños, niñas y adolescentes cruza las líneas del papel tradicional de las familias extendidas como proveedoras de cuidado y de la integración temprana de los niños, niñas y adolescentes en la fuerza de trabajo”.
- h) Problemas familiares. La violencia doméstica y el abuso sexual, que afectan especialmente a mujeres, niños y niñas, causan un deterioro de los vínculos familiares y la desvalorización de estos, aumenta la propensión a caer en manos de tratantes que fingen ofrecer el afecto que no existe en el hogar. (p. 17)

Estos factores pueden interactuar entre sí y aumentar la vulnerabilidad de las personas a ser víctimas de trata. Además, las personas más vulnerables a menudo son objeto de engaño y manipulación por parte de los traficantes, que les prometen oportunidades laborales o de educación y luego las obligan a trabajar en condiciones de explotación.

2.1.11. Definición según la Legislación Penal Peruana

En nuestro país el Ministerio del Interior y Seguridad Pública, tiene como objetivo principal la prevención y lucha contra la trata de personas. Es así, que el MININTER señala que la trata de personas es un delito que vulnera los derechos humanos y atenta contra la dignidad de las personas, y que constituye una forma de esclavitud moderna.

Así mismo promueve la implementación de políticas y estrategias para prevenir, sancionar y erradicar la trata de personas. Para ello, trabaja en coordinación con otras entidades gubernamentales, la sociedad civil y organismos internacionales, con el objetivo de fortalecer la capacidad del Estado para combatir este delito. Contando también con una Unidad de Investigación de Trata de Personas, la cual se encarga de investigar y perseguir los delitos de trata de personas, y de brindar asistencia y protección a las víctimas.

El Código Penal peruano en concordancia con los lineamientos del Protocolo de Palermo, tipifica la trata de personas como un delito contra la libertad, en los siguientes términos:

Nuestro Código Penal de acuerdo a la ley 30251, en su artículo 153°. Sobre la Trata de personas. “El que promueve, favorece, financia o facilita la captación, transporte, traslado, acogida, recepción o retención de otro, en el territorio de la República o para su salida o entrada del país, recurriendo a: la violencia, la amenaza u otras formas de coacción, la privación de libertad, el fraude, el engaño, el abuso del poder o de una situación de vulnerabilidad, o la concesión o recepción de pagos o beneficios, con fines de explotación, venta de niños, para que ejerza la prostitución, someterlo a esclavitud sexual u otras formas de esclavitud sexual, obligarlo a mendigar, a realizar trabajos o servicios forzados, a la servidumbre, la esclavitud o prácticas análogas a la esclavitud u otras formas de explotación laboral o extracción, o tráfico de órganos o tejidos humanos será reprimido con pena privativa de libertad no menor de ocho ni mayor de quince años.”

Algunos autores refieren que existen momentos y lugares específicos donde el delito es más común o prevalente. En otras palabras, los factores ambientales, sociales y culturales pueden influir en la aparición y la frecuencia de estos delitos.

“El delito no se manifiesta de forma aleatoria en el espacio y tiempo, sino que, existen contextos y periodos específicos en los que el delito es más prevalente” (Summers, 2009, p. 396).

Como lo formulan Cohen y Felson (1979) la realización de un acto delictivo requiere la convergencia en tiempo y espacio de tres elementos:

- i. Un posible ofensor motivado (victimario, agresor)
- ii. Un “blanco” u objetivo adecuado (víctima)
- iii. La ausencia de posibles guardianes capaces. (vigilancia débil)

“Sin la presencia simultánea de los tres factores, no es posible que ocurra un delito.” (Cohen y Felson, 1979, p.589)

2.1.12. Formas Agravadas de la Trata De Personas

Las formas agravadas se refieren a circunstancias específicas que pueden aumentar la gravedad del delito y, por lo tanto, la pena impuesta al culpable. A continuación, se mencionan algunas de las formas agravadas contempladas en nuestra legislación.

El Código Penal peruano prevé dos escalas de agravantes.

1. En la primera, la pena será no menor de doce ni mayor de veinte años de privación de libertad e inhabilitación en los siguientes casos:
 - El agente comete el hecho abusando del ejercicio de la función pública.
 - El agente es promotor, integrante o representante de una organización social, tutelar o empresarial que aprovecha de esta condición y actividades para

perpetrar este delito.

- Existe pluralidad de víctimas.
- La víctima tiene entre catorce y menos de dieciocho años de edad o es incapaz.
- El agente es cónyuge, conviviente, adoptante, tutor, curador, pariente hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad, o tiene a la víctima a su cuidado por cualquier motivo o habitan en el mismo hogar.
- El hecho es cometido por dos o más personas.

2. La segunda escala de agravantes aumenta la pena privativa de libertad a no menos de 25 años, cuando:

- Se produzca la muerte, lesión grave o se ponga en inminente peligro la vida y la seguridad de la víctima.
- La víctima es menor de catorce años de edad o padece, temporal o permanentemente, de alguna discapacidad física o mental.
- El agente es parte de una organización criminal. (CHS Alternativo, 2007)

Un ejemplo de cómo la trata de personas puede ser considerada una forma agravada ocurre en situaciones donde la explotación se lleva a cabo dentro del contexto familiar o institucional de la víctima. En estas situaciones, el explotador o miembro de la red de trata, aprovecha la confianza ganada a través de un parentesco o abusa de la autoridad que ostenta en su puesto de trabajo o cargo público para engañar y seducir a su potencial víctima, actuando de manera premeditada para cometer el delito. Esta situación es aún más alarmante cuando el explotador ocupa un cargo en una institución que se supone debe velar por el cuidado y protección de las personas, como hospitales, colegios, albergues entre otros.

2.1.13. Clasificación de la Trata de Personas

Según el medio empleado:

- **Trata forzada:** Casos en los que se exista coacción a través de la violencia o amenaza.
- **Trata fraudulenta:** Casos en los que se utiliza el engaño o fraude.
- **Trata abusiva:** Casos en los que el tratante se aprovecha de una situación de poder, autoridad o de vulnerabilidad de la víctima.

Según la finalidad:

- **Trata sexual:** Cuya la finalidad es explotar sexualmente a la víctima a través de la prostitución, pornografía u otra práctica de índole sexual.
- **Trata laboral:** La finalidad consiste en explotar laboralmente a la víctima, esclavizarla, trabajos forzados o mendicidad.
- **Trata para venta de niños, niñas y adolescentes:** Consiste en todo acto o transacción a partir de la cual un niño, una niña o un adolescente es transferido por una persona o un grupo a cambio de un pago u otro beneficio. Dentro de este supuesto también se encuentran los casos de adopción irregular, en los que el tratante induce a los padres o a quien tiene la custodia a dar su consentimiento para una adopción ilegal.
- **Trata para extracción de tejidos humanos:** La extracción es el proceso a través del cual se obtienen órganos, tejidos somáticos o componentes humanos sin

consentimiento de la víctima; o habiendo dado su consentimiento, este ha sido motivado por la fuerza, la coacción, el engaño, el poder o el aprovechamiento de su estado de vulnerabilidad. Por otro lado, el tráfico implica el transporte de dichos órganos, tejidos o componentes humanos. (Daunis, 2013).

Según el lugar de destino:

- **Trata interna:** La trata se desarrolla en un mismo territorio nacional; no implica necesariamente transporte.
- **Trata internacional:** La trata implica transporte, y este trasciende las fronteras de un país hacia otros.
- **Trata mixta:** La trata que comienza dentro de un país y al cruzar fronteras se convierte después en internacional. (Prado, 2016).

2.1.14. Ley N° 30251- Ley que Perfecciona la Tipificación del Delito de Trata de Personas.

La Ley 30251, aprobada en el año 2014, modificó el artículo 153 del Código Penal, en particular, se refiere a los delitos relacionados con la trata de personas y el tráfico ilícito de migrantes; estableciendo pena privativa de libertad no menor de ocho ni mayor de quince años para este delito.

Entre las principales modificaciones que introduce la Ley 30251 en el Código Penal del Perú se encuentran:

- Se amplía la definición del delito de trata de personas y se incluyen nuevas conductas delictivas relacionadas con la explotación laboral y la explotación de menores de edad.
- Se aumentan las penas para los delitos de trata de personas y tráfico ilícito de migrantes.

Esta ley busca fortalecer la lucha contra la trata de personas y el tráfico ilícito de migrantes en el Perú, mediante la ampliación de la definición de los delitos y el aumento de las penas.

En el año 2016, por Decreto Supremo se aprobó el nuevo Reglamento de la Ley N° 28950, Ley contra la Trata de Personas y el Tráfico Ilícito de Migrantes que reorganiza y amplía las funciones de asistencia, protección y rehabilitación en beneficio de las víctimas de trata de personas y el respeto a sus derechos. Algunas de las medidas de protección que se establecen en la ley son:

- La atención médica y psicológica gratuita para las víctimas.
- La asistencia legal gratuita para las víctimas durante todo el proceso judicial.
- La protección de la identidad y privacidad de las víctimas y sus familias.
- La posibilidad de que las víctimas puedan acogerse a programas de protección y asistencia social.
- La posibilidad de que las víctimas puedan declarar en un lugar adecuado para su protección y bienestar.

Además, se establece que las víctimas de trata de personas no podrán ser procesadas o sancionadas por delitos que hayan sido cometidos como resultado directo de su situación de víctima.

Nuestro país establece medidas de protección y asistencia a las víctimas de trata de personas, reconociendo su situación de vulnerabilidad y garantizando sus derechos humanos. A continuación, mencionare algunos:

El Protocolo para la Atención y Protección a Víctimas y Testigos del Protección a Víctimas y Testigos del Delito de Trata de Personas por parte de la Policía Nacional del Perú, con el fin de regularizar la actuación policial cuando la víctima se encuentra bajo su responsabilidad, lo cual supone colocar a la víctima como eje central de la actuación estatal, asegurar la protección y respeto de sus derechos humanos, y evitar cualquier forma de re victimización.

Programa Nacional para la Prevención y Erradicación de la Violencia contra las Mujeres y los Integrantes del Grupo Familiar – AURORA. Entre las funciones del programa, resaltan los servicios especializados y articulados para la prevención, atención y protección de las mujeres, integrantes del grupo familiar y personas afectadas por violencia sexual.

El Plan Nacional para la Prevención y Erradicación del Trabajo Infantil y Protección del Adolescente Trabajador: Este programa busca prevenir y erradicar el trabajo infantil y proteger a los adolescentes trabajadores.

Programa Nacional contra la Violencia Familiar y Sexual (PNCVFS): Este programa tiene como objetivo prevenir, atender y sancionar la violencia familiar y sexual. Brinda asistencia integral a las víctimas, incluyendo atención médica, psicológica, legal y social.

El Programa Nacional de Asistencia a Víctimas y Testigos. Este programa tiene como objetivo brindar asistencia integral a las víctimas y testigos del delito. Proporciona asistencia psicológica, legal y social, así como medidas de protección y seguridad.

Las víctimas pueden acceder a estos programas a través del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP) y de la Defensoría del Pueblo. Para acceder a estos programas, las víctimas pueden acudir a estos organismos y recibirán orientación y

asistencia para obtener los servicios que necesiten, como atención médica, psicológica, jurídica, entre otros. También pueden recibir apoyo para su reintegración a la sociedad y para recuperar sus derechos y su libertad. Es importante destacar que el acceso a estos programas es gratuito y confidencial.

2.1.15. Denuncias por Trata de Personas en el Perú

De acuerdo al Ministerio del Interior el número de víctimas de trata de personas del 2017 al año 2022 asciende a la cantidad de 3506 víctimas.

Entre las formas de captación, podemos encontrar en primer lugar las ofertas de trabajo, que a través de los años se ha mantenido como la forma de captación más utilizada, también se considera: la seducción, ofertas de estudio, padrinazgo, captación a través de internet y otros.

De la misma forma señalan que el medio empleado con mayor frecuencia es el engaño con 2196 de víctimas, seguido de otros medios como la amenaza, recepción de pago, privación de la libertad fraude, violencia, abuso de poder y otros.

Además, se señala que el tipo de explotación con mayor número de víctimas es la explotación sexual con 2120 víctimas, seguido de la explotación laboral con 841 víctimas, en los años mencionados.

En relación con las características de las víctimas que denunciaron este delito, se encuentra que el 84,9% son mujeres y el 15,1% son varones, respecto a las edades en las que se encuentra el mayor número de víctimas, se tiene los grupos etarios de, los 12 a los 17 años que cuentan con un porcentaje de 29,5%, y los de 18 a los 29 años con un porcentaje de 53,2%, mostrado que son las edades de mayor vulnerabilidad ante este delito, de igual manera señala que el 77,9% de víctimas cuentan con educación secundaria.

Sobre quienes realizan las denuncias, se tiene que un 7,6% proviene de las madres de las víctimas, el 4,4% de un familiar y el mayor porcentaje con un 87,1% de otras personas ajenas al círculo familiar.

Hablando específicamente del año 2022, se registraron 631 víctimas de este delito en nuestro país, el 85,3% de las víctimas son mujeres y cuyo rango de edad de los 18 a 29 años es la mayor parte de víctimas con un 50,1%, seguido por un 33,3% de los 12 a los 17 años, es decir 190 víctimas menores de edad.

El organismo precisó que, a diciembre del 2022 se reportaron 390 denuncias en Lima, donde vive un tercio de la población del país, seguida de las regiones de Lambayeque con 49, Cusco con 36, Arequipa con 32 y Huánuco con 32.

Según el Ministerio del Interior, 331 víctimas sufrieron de explotación sexual, y 161 explotación laboral, 16 mendicidad, 12 trabajos y servicios forzados, 3 venta de niños, 1 tráfico de órganos y 107 otro no identificado.

Por otro lado, se puntualizó que el 86,5 % del total, tenían educación secundaria completa, frente a 10% que tenía primaria, 0,5% superior y 3% que no especificaron.

De acuerdo a las denuncias policiales, 464 víctimas de trata (73,5 %) fueron captadas bajo la modalidad de oferta de trabajo, 23 víctimas (3,6 %) por internet y otras por ofertas de estudio o padrinazgo.

No obstante, estas cifras están fundadas en denuncias reportadas, pero existen muchos casos que no llegan a ser denunciados. La trata de personas sigue siendo un problema grave en el Perú y en el mundo. Es necesario continuar trabajando en la prevención, identificación y protección de las víctimas, así como en la persecución y sanción de los responsables de este delito.

2.1.16. Testimonios

Querol (2020), nos muestra a través de testimonios de las propias víctimas, cómo estas son engañadas y manipuladas para ser trasladadas a otros países o explotadas en el propio territorio peruano, en actividades como la explotación sexual y laboral. A continuación, mencionaré algunos de los testimonios que la autora muestra en el libro “El intento de las víctimas y sus familias por acceder a la justicia”.

Un cliente la ayuda, pagando para llevársela por unos días, y al sacarla, le da el dinero necesario para que pueda tomar el bus de retorno a su ciudad de origen.

“Bueno, por una parte, más tranquila porque estaba saliendo de allá del lugar y, por otro, con miedo porque se den cuenta, que me sigan, me hagan daño. Estaba así con miedo, más con miedo y, otro lado, ya por fin podía salir, ahora puedo hacer mi vida normal.” (Querol, 2020, p.42)

Tras sufrir casi dos años de explotación sexual y laboral, cuenta como logró escapar a los 17 años.

“Tuve que salir con mentiras fue de noche ni siquiera lo pensé, simplemente fue algo que mi cuerpo así de la nada, tengo que irme de acá no resisto armé una cartera que ni siquiera sabía lo que había, simplemente agarré, sé que había una chompa, salí y le dije a la familia que estaba con esa persona que solamente iba a caminar un rato dentro de la casa, pero salí de un pasadizo ni siquiera me acuerdo cómo es y corrí, tomé un taxi y no tuve pasaje, bajé y lo único que recuerdo fue que el hombre me gritaba algo que yo no era, me decía regresa acá delincuente, paga ratera y eso fue muy afectante porque no tenía ni un centavo, me fui corriendo, llorando.... y entré a una cabina de internet, le pedí que me ayudara, pero la gente me miraba como una loca porque estaba golpeada y no bien vestida que se podría

decir lo que a mí me dolió fue que al salir un hombre me tiró centavos como si fuera una vagabunda” (Querol, 2020, p. 40)

En algunos casos pueden ser devueltas a los explotadores, la víctima, que fue retenida siendo una niña, intenta escapar tras 20 años de ser sometida a explotación laboral en una casa. Finalmente acude donde una vecina y luego está la regresa con la explotadora.

“Yo me he puesto a llorar intenso. Ella no sabía de qué estaba llorando o por qué estaba llorando. Le comenté a ella, ‘No tengo a dónde ir’. Y ella me hizo quedarme en la sala.... Allí me quedo un día y me llevó otra vez a la casa (...) Volví porque no tenía a donde irme. No conozco a nadie, eso es lo que regreso a la misma casa.” (Querol, 2020, p. 43)

Así mismo, podemos observar que las víctimas de este delito no sienten que haya justicia para ellas.

“Yo siento que, en mi caso, no se hizo justicia [...] O sea yo soy muy consciente de que hay muchos casos, que no soy la única, o que no hemos sido las únicas, pero siento que, o sea, sí había esa persona que estaba capturada. Pienso que ella les pudo haber dado mucha información, pero sin embargo la dejaron ir. Y es como que, no sé, no me queda como decir, pucha, como si no encontraron a nadie. Es más, eran dos personas, no era solo ella, el chico, de ahí también los dos. Yo pienso que han podido aportar lo suficiente como para capturar a los dueños y a todos los demás que estaban implicados en el caso, pero simplemente los dejaron ir y...”. (Querol, 2020, p. 136)

“de mi caso, no, nunca me comentaron qué ha pasado, si han investigado, no” [...] “Recibir justicia para mí es que la persona pague por el daño que me han hecho y todo eso, o sea ahí, pero si no pasa nada, nunca hubo justicia ni para mí ni para otras personas” (Querol, 2020, p. 139)

“Yo, yo quería buscar la justicia porque pasó durante 20 años mi vida perdida. Perdí mi familia. Ahora no es lo mismo (...) P: Los culpables están libres”. (Querol, 2020, p. 139)

En el siguiente caso siente satisfacción por que los acusados cumplen con una condena de cárcel efectiva.

“Que al final, mi caso todo salió bien, ahora yo estoy bien y... gracias a Dios [...] todas las personas que me hicieron daño están [...] recibiendo lo que se merecen [...]. En mi caso sí, recibí la justicia que yo buscaba. [...] Sí, ahora me siento tranquila eh... con mi caso y también como voy” (Querol, 2020, p. 137)

Querol (2010) explica que las víctimas de este delito suelen ser personas vulnerables, en situación de pobreza, con familias desintegradas, con pocos recursos y con un nivel educativo bajo, lo que las hace más propensas a ser engañadas y manipuladas por las organizaciones criminales que se dedican a la trata.

Se destaca también, que muchas de estas víctimas desconocen la ayuda a la que tienen derecho, así como el proceso legal para denunciar y perseguir a los responsables de este delito. En muchos casos, las víctimas tienen miedo de denunciar a sus captores debido a amenazas y represalias, incluso por los mismos abogados lo que las deja en una situación de vulnerabilidad aún mayor.

La autora hace hincapié en la importancia de que las autoridades brinden información y asistencia a las víctimas de la trata de personas, para que puedan acceder a la ayuda y protección que necesitan, sin revictimizarlas o hacerlas sentir responsables o culpables de lo que les ocurrió; así como a los mecanismos legales para denunciar a sus captores y lograr la sanción de los responsables.

También se enfatiza en la necesidad de que se tomen medidas preventivas para evitar que más personas caigan en las redes de la trata de personas, a través del empoderamiento

de las personas, mejorando su nivel educativo y con el respectivo el acceso a la información, con mayor relevancia en el conocimiento de nuestros derechos humanos, lo que lograra que las personas puedan protegerse y defenderse.

2.1.17. Probables Rutas de Trata de Personas en el Perú

En muchas ocasiones, cuando se estudia la trata de personas en el Perú, se comete un error muy común, de querer trazar una ruta siguiendo el camino que el tratante hace recorrer a la víctima desde su lugar de origen hasta el lugar donde será explotada. Pero esto es un error, ya que podría haber muchas rutas diferentes según los medios de transporte y las vías de comunicación utilizados en ese transcurso.

De acuerdo a CHS Alternativo (2016) en su investigación, se presenta algunas rutas posibles de la trata de personas en el Perú:

Ruta 1

Santa Rosa (Leticia) – Iquitos – Nauta – Yurimaguas – Tarapoto – Moyobamba
Nueva Cajamarca

Ruta 2

Huánuco – Tingo María – Pucallpa – Requena– Contamana – Nauta – Iquitos

Ruta 3

Cusco – Urcos – Ocongate – Quincemil – Mazuko – Huepetuhe – La Pampa – Puerto Maldonado. (CHS Alternativo, 2016, p. 28)

Figura 2

Posibles rutas de traslado de la trata de personas en el Perú



FUENTE: CHS Alternativo

Esto significa que no es la ruta en sí misma la que está predefinida, ya que es posible que existan rutas no registradas, sino más bien los lugares donde los tratantes buscan a sus víctimas debido a ciertas características de la población, y los destinos donde las explotan finalmente. Las rutas de la trata incluyen las actividades de las personas que ayudan a transportar a las víctimas de un lugar a otro, en algunos casos, los tratantes pueden contar con la complicidad tácita o la negligencia del Estado y de empresas de transporte aéreo, fluvial o terrestre.

2.1.18. I.E. Sagrado Corazón de Jesús – Anta

La Institución Educativa Sagrado Corazón de Jesús se halla en la localidad Anta, Provincia de Anta, tal institución depende de la UGEL ANTA la que vigila el servicio educativo, y esta última pertenece a la Gerencia Regional de Educación DRE CUSCO.

En la I.E. Colegio Sagrado Corazón de Jesús queremos hallar y acrecentar personas aptas con una alta autoestima, conciencia, competencias sociales y una consistente enseñanza académica, moral y emocional para que puedan adquirir el éxito personal y profesional dentro de una sociedad contemporáneo y cambiante.

Discernimos que en el Distrito de Anta esta institución otorga una educación de la más alta calidad en un entorno de aplicación seguro, donde los estudiantes alcanzan su pleno desarrollo intelectual, moral, físico, espiritual, social y emocional. En el nivel de cuarto de secundaria hay 35 alumnos y en quinto de secundaria hay 45 alumnos por grado, haciendo un total de 80.

Institución Educativa SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS de Anta, departamento de Cusco.

Tabla 2
Datos informativos de la Institución Educativa Sagrado Corazón de Jesús de Anta, departamento de Cusco.

Institución Educativa:	SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS
Nivel	Secundaria y primaria
Gestión y Dependencia	Pública – Sector Educación
Dirección	PLAZA DE ARMAS S/N
Departamento	CUSCO
Provincia	ANTA
Distrito	ANTA
Ugel	UGEL ANTA
Genero	Mixto
Nº de Docentes secundaria	21
Nº de Alumnos secundaria	209
Nº de Docentes primaria	8
Nº de Alumnos primaria	186

Fuente: Elaboración propia

2.2. Marco Conceptual

Comunicación. - Según Thompson, I. (2008) la comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.

Estrategia. - Para Chandler (2003), la estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas.

ATL. - Torreblanca (2016). Above The Line (ATL), se refiere a la publicidad que se realiza en los medios de comunicación convencionales con el objetivo de llegar a una audiencia amplia. El propósito estratégico de esta forma de publicidad es maximizar su alcance mediante el uso de los medios masivos disponibles. Sin embargo, una limitación común del ATL es que suele requerir una inversión significativa para implementarla.

BTL. - Según Pereira (2007) describe que Below The Line (BTL) es reconocida como la promoción que utiliza medios o canales diferentes a los medios masivos. Es una fina línea divisoria la que divide los medios masivos, de los medios directos. Tan fina es esa línea que ha dado lugar a muchas y variadas interpretaciones.

Trata de personas. - Naciones Unidas Palermo (2000), indica que “La “Trata de Personas” se entenderá, el reclutamiento, transporte, transferencia, albergue o recepción de personas, mediante amenazas o el uso de la fuerza u otras formas de coerción, abducción, fraude, decepción, abuso de poder o de una posición de vulnerabilidad o de la entrega o recepción de pagos o beneficios para lograr el consentimiento de una persona que tiene el control sobre otra persona, con el propósito de explotación. La explotación deberá incluir, como mínimo, la explotación de la prostitución ajena u otras formas de explotación sexual,

trabajo o servicios forzados, la esclavitud o prácticas análogas a la esclavitud, la servidumbre o la extracción de órganos.

2.3. Antecedentes de la Investigación

2.3.1. Internacional

González, F. y García, G. (2017), *Comunicaciones integradas de marketing, Subtema: La tendencia de la publicidad de bajo la línea (below de line) como herramienta promocional en el siglo XXI*. Managua, Nicaragua. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.

Objetivo: Describir la importancia de la publicidad BTL y su tendencia como herramienta promocional en el siglo XXI. Identificar las ventajas de la publicidad BTL para el desarrollo de una campaña publicitaria.

Conclusión:

Esta investigación evidencia que la publicidad BTL es importante debido a su eficacia y bajo costo, ya que utiliza medios creativos y directos que permiten crear una experiencia en la marca y lograr un mejor posicionamiento y fidelización de los consumidores. Por tanto, el BTL crea mensajes personalizados y promocionales utilizando los elementos y componentes que lo caracterizan.

Trujillo, A. (2017). *La trata de personas: la 'trata delito' y la 'trata violación de derechos humanos. Reconsideraciones sobre el concepto de trata y examen de las obligaciones de los Estados*. Madrid, España. Universidad Carlos III de Madrid.

Objetivo: Contribuir al campo de la investigación del derecho internacional de los derechos humanos a través del análisis de algunas cuestiones irresueltas en el ámbito del combate de la trata de personas y mediante la propuesta de vías para su resolución

Conclusiones:

La trata de personas es un delito y una violación de derechos humanos. La trata se concibe en su origen como un delito. La Conferencia Internacional para la represión de la trata de blancas del año 1902 se convocó para resolver cuestiones de cooperación entre los Estados con el propósito de afrontar un delito que traspasaba fronteras.

En la práctica, la lucha contra la trata sigue siendo afrontada por muchos bajo su configuración clásica. Para estos, a pesar de que asumen desde un punto de vista jurídico la nueva definición de la trata de personas del Protocolo de Palermo, de hecho, continúan abordando su lucha como si se dirigiera exclusivamente a combatir la explotación de la prostitución de las mujeres. La repercusión de la incompleta asunción del mandato formal será que, en la práctica, el combate contra la trata se mostrará ineficaz puesto que otros tipos de víctimas y otros tipos de explotación quedarán “invisibilizados”.

2.3.2. Nacional

Vergara, A (2019). *Medios publicitarios BTL y su influencia en el posicionamiento de la marca Óptica Gemelo's, 2019*. Lima, Perú. Universidad Ricardo Palma.

Objetivo: Determinar en qué medida los medios publicitarios BTL influyen en el posicionamiento de la marca Óptica Gemelo's, 2019.

Conclusiones:

El hallazgo de la entrevista realizada a la Gerente General de la marca Óptica Gemelo's es que tiene problemas para posicionar su óptica. Se encuentran ubicada en una avenida con alta competencia y al no invertir en publicidad no logra llegar de manera adecuada al mercado.

Sugiere, para los encuestados, la calidad es el primer aspecto a evaluar al realizar una compra en una óptica con un 62.40%, en segundo lugar, está el precio con el 44.13% y el tercer aspecto más importante es la atención al cliente con 19.58%.

Yufra, Y. (2017). *La publicidad BTL y la imagen corporativa de la empresa claro Perú en el Distrito de Tacna, 2016-2017*. Tacna, Perú. Universidad Privada de Tacna.

Objetivo: Determinar si existe relación entre la Publicidad BTL y la Imagen Corporativa de la empresa Claro Perú del Distrito de Tacna, para mejorar el vínculo con los consumidores y desarrollar la lealtad de la marca.

Conclusiones:

El presente trabajo determinó que la publicidad BTL sí está relacionada con la Imagen Corporativa. Este resultado permitió confirmar con un nivel de confianza del 95% que efectivamente los esfuerzos de marketing a través de la Publicidad BTL que realiza la empresa Claro en el Distrito de Tacna generan una fuerte relación con el cliente lo que le permite crear una buena Imagen corporativa. Este resultado contrasta la realidad y demuestra que la personalización en las campañas de publicidad BTL es el factor que genera mayor vínculo con el cliente Tacneño de Claro.

Se concluye que el nivel de percepción de la Imagen Corporativa de la empresa CLARO en los clientes del Distrito de Tacna es alto, validando de este modo la hipótesis específica N°2. Este resultado confirma los esfuerzos que realiza la empresa Claro en la ciudad con el fin de mejorar su Imagen Corporativa con los clientes tacneños.

2.3.3. Local

Cáceres, A. y Huamanquispe, R. (2019). *Acceso a la justicia de las víctimas de trata de personas: estudio de las barreras procesales y procedimentales en la región de Cusco*. Cusco, Perú. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Objetivo: Determinar cuáles son las barreras de acceso a la justicia que afrontan las víctimas en el delito de trata de personas en la Región de Cusco.

Conclusiones:

Cusco es un lugar de origen, tránsito y destino de trata de niños, niñas, mujeres y hombres relacionado principalmente a la actividad extractiva de la minería en Madre de Dios. La forma más usual de captación es la falsa oferta laboral, y la finalidad más extendida es la explotación de tipo sexual. A nivel judicial, de acuerdo a las cifras proporcionadas por el Poder Judicial en enero de 2017, se registraron 19 casos, de los cuales 2 merecieron sentencia, y fue sobreseído.

Es necesario precisar que, a nivel estadístico, durante toda la investigación tuvo dificultades para recabar datos y cifras exactas en las Instituciones encargadas de la persecución, ello debido a la barrera procedimental referida a la deficiencia en el registro de casos de trata de personas por parte de estas instituciones.

Respecto del perfil de las víctimas de trata de personas en la región Cusco, se tiene que, de los 33 casos analizados en la investigación, y del total de 119 víctimas, las víctimas de trata de personas, en su mayoría son mujeres menores de edad, que provienen de diversas provincias del Cusco.

Pumayali, J. (2019). *“Publicidad Below The Line en la Asociación sin fines de lucro Centro de Textiles Tradicionales del Cusco, del distrito de Cusco - 2019”*. Cusco, Perú. Universidad Andina del Cusco.

Objetivo: Describir la publicidad below the line en la asociación sin fines de lucro Centro de Textiles Tradicionales del Cusco, del distrito de Cusco - 2019

Conclusiones:

El Centro de Textiles Tradicionales del Cusco aplica de forma inadecuada las estrategias de la publicidad below the line, como son la promoción de ventas, el marketing directo y el merchandising; el promedio obtenido fue de 1.66, de acuerdo a la escala de interpretación, esto refleja que las estrategias que la organización aplica están siendo utilizadas de forma inadecuada y no llegan a consolidar una relación personalizada con el cliente prospecto, perdiendo la oportunidad de persuadir a los clientes y concretar la venta inmediata de un producto.

Los catálogos virtuales que la organización posee son considerados inadecuados porque se encuentran desactualizados y no cuentan con los precios de los productos, también se pudo notar que la mayoría de los clientes no tienen conocimiento de la existencia de catálogos virtuales.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1 Hipótesis General

H.G. La aplicación de la estrategia comunicativa BTL influirá positivamente en los estudiantes del 4º y 5º grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta - Cusco, para prevenir y enfrentar decididamente el fenómeno de la trata de personas.

3.1.2 Hipótesis Específicas

H.E.1.- La estrategia comunicativa BTL no es suficientemente conocida ni aplicada en los estudiantes del 4º y 5º grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta - Cusco como herramienta para enfrentar el fenómeno de la trata de personas

HE 2.- La identificación de las características de la estrategia comunicativa BTL permitirá potenciar su uso en los estudiantes de 4º y 5º grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta - Cusco, para enfrentar el fenómeno de trata de personas.

3.2. Identificación de variables

3.2.1. Variable Independiente:

La aplicación de la estrategia comunicativa BTL.

3.2.2. Variable dependiente:

Enfrentar más decididamente el fenómeno de la trata de personas.

3.2.3. Variable Interviniente:

Estudiantes de 4^o y 5^o grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta-Cusco.

3.3. Operacionalización de Variables

Tabla 3

Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Variable independiente La aplicación de la estrategia comunicativa BTL.	Creatividad	Originalidad Innovación memorable	¿Sabe Ud. que es BTL?
	Conocimiento e interacción	Involucrar a las personas Generar su participación y Retroalimentación	¿Conoce Ud. algunas estrategias BTL?
	Segmentación	Identificación de un público específico Personalización Seleccionar la estrategia adecuada.	¿Considera Ud. que en la I.E. Sagrado Corazón de Jesús hay predisposición para apoyar la estrategia BTL?
Variable dependiente Enfrentar más decididamente el fenómeno de la trata de personas.	Prevención	Campañas de concientización Educación y capacitación	¿En qué espacios escucho hablar Ud. de la trata de personas?
	Protección	Garantizar la seguridad física y emocional Acceso a servicios y asistencia	¿En qué medios escucho hablar Ud. de la trata de personas?
	Sanción	Casos investigados y sus condenas Implementación de leyes y políticas Cooperación internacional	¿Sabe Ud. que es la trata de personas?

Variable interviniente Estudiantes de 4º y 5º grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta- Cusco.	Sexo	Varones Mujeres	¿En la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta se aborda temas relacionados con la trata de personas?
	Edad	Menores de edad Mayores de edad	
	Procedencia	Urbano Rural	¿De qué sector poblacional procede Ud.?

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Ámbito de Estudio: Localización Política y Geográfica

La Institución Educativa Sagrado Corazón de Jesús de Anta, se ubica en el distrito de Anta, provincia de Anta y departamento del Cusco.

La provincia de Anta es una de las trece que conforman el departamento del Cusco en los Andes del Sur del Perú. Limita por el Norte con la provincia de La Convención y la provincia de Urubamba, por el Este con la provincia del Cusco y la provincia de Paruro, y por el Sur y el Oeste con el departamento de Apurímac.

Anta es una de las provincias más pequeñas del departamento del Cusco. Está conformado por nueve distritos: Anta (capital), Ancahuasi, Cachimayo, Chinchaypujio, Huarocondo, Limatambo, Mollepata, Pucyura y Zurite.

La provincia abarca un área de 1876 kilómetros cuadrados donde habitan unos 56,206 habitantes según un censo oficial del 2017.

La provincia de Anta forma parte del departamento y región de Cusco. La historia de Anta inicia varios años antes de la llegada de los Incas, cuando en el territorio habitaban tribus como los Huallas, Poques, Lares, entre otros, aunque según estudios en el momento de la llegada de los Incas este pueblo era habitado por los Ayarmacas. Posteriormente sería colonizada, para recién en el año de 1839 crearse como provincia presentando la extensión territorial que ahora tiene. A nivel turístico la provincia de Anta cuenta con áreas de turismo atractivas para el turismo arqueológico, ecológico, de aventura y puntos de interés dentro de la ciudad.

Figura 3

Ubicación geográfica de la provincia de Anta



Fuente: Google Maps

4.2. Tipo y nivel de la investigación

En el presente trabajo de investigación, se utilizó el método Deductivo Cuantitativo, no experimental, es decir se desarrolla de los hechos generales a los particulares.

La investigación es cuantitativa porque se ha medido la cantidad de alumnos que conoce acerca del tema y como, el hecho de saber a cerca de la trata de personas ayuda en el desarrollo pleno de sus actividades educativas, personales y familiares, ya que la prevención ante la trata de personas es importante para el desarrollo de las mismas.

El nivel del presente trabajo es investigación aplicada, ya que su propósito radica en la evaluación de estrategias comunicativas promocionales destinadas a prevenir el delito de la trata de personas entre los estudiantes de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta. En este contexto, la investigación se orienta a sensibilizar sobre un problema específico de la sociedad, buscando implementar y analizar estrategias de comunicación con el propósito de generar un impacto positivo en la conciencia y el conocimiento de los estudiantes.

4.3. Unidad de Análisis

La unidad de análisis está constituida por 80 estudiantes, quienes son la totalidad de alumnos del 4^{to} y 5^{to} grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta - Cusco, en tanto que el análisis se efectuó de los materiales que sustentan la estrategia BTL.

4.4. Población de Estudio

La población de estudio está representada por todos los alumnos del 4to y 5to grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de la Provincia de Anta - Cusco que asciende a 80 estudiantes.

Tabla 4

Número de alumnos de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús - Anta

	<i>4to grado</i>	<i>5to grado</i>
<i>N° de alumnos</i>	35	45
<i>N° total de alumnos</i>	80	

Fuente: Dirección de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús - Anta

4.5. Tamaño de la Muestra

En el tamaño de muestra se consideró la cantidad de 80 estudiantes del 4to y 5to grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta -Cusco, a quienes se aplicaron las encuestas para la presente investigación.

4.6. Técnicas de Selección de Muestra

La muestra comprendió a la totalidad de estudiantes del 4to y 5to grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta - Cusco, por cuanto se trata de una cantidad finita, en ese sentido, la selección de muestra del presente trabajo de investigación se realizó aplicando la técnica de muestra censal.

4.7. Técnicas de Recolección de Información

Para el recojo de información del trabajo de campo se aplicó encuestas tanto de estudiantes como de docentes, sobre el fenómeno de la trata de personas. Así mismo se realizó entrevistas a las autoridades involucradas en el tema.

- Encuestas
- Cuestionario
- Producción de material educativo comunicacional desarrollado en la propuesta
- Entrevistas
- Registros de denuncias

4.8. Técnicas de Análisis e Interpretación de Información

Para la tabulación y elaboración de las tablas estadísticas y diagramas de barras de los datos provenientes de las encuestas, se utilizó el paquete estadístico SPSS y para el análisis de entrevistas se realizó una interpretación en base a la categorización, repetición y correlación de patrones de las respuestas.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Tabla 5

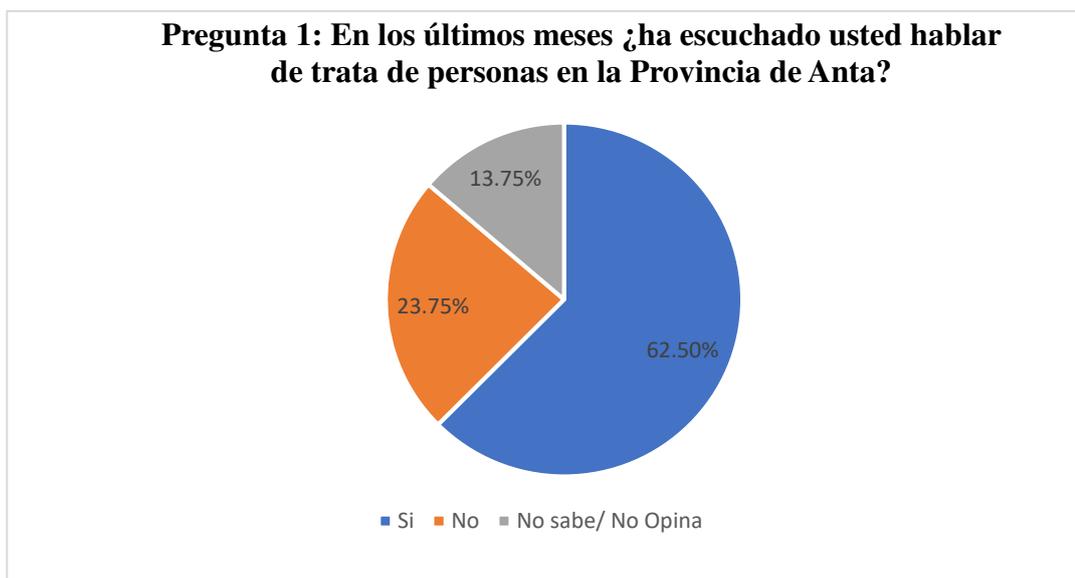
En los últimos meses ¿ha escuchado usted hablar de trata de personas en la Provincia de Anta?

Pregunta 1: En los últimos meses ¿ha escuchado usted hablar de trata de personas en la Provincia de Anta?		
Descripción	Frecuencia	%
Si	50	62.50 %
No	19	23.75 %
No sabe/ No Opina	11	13.75 %
Total	80	100 %

Fuente: Elaboración propia

Figura 4

En los últimos meses ¿ha escuchado usted hablar de trata de personas en la Provincia de Anta?



Fuente: Tabla 5

Interpretación: El 62.50 % de los encuestados respondió positivamente a esta pregunta debido a que los medios de comunicación han difundido en los últimos meses y con mucha frecuencia noticias relacionadas a la desaparición de personas, entendiéndose este fenómeno como una posible extensión de la trata de personas.

Tabla 6

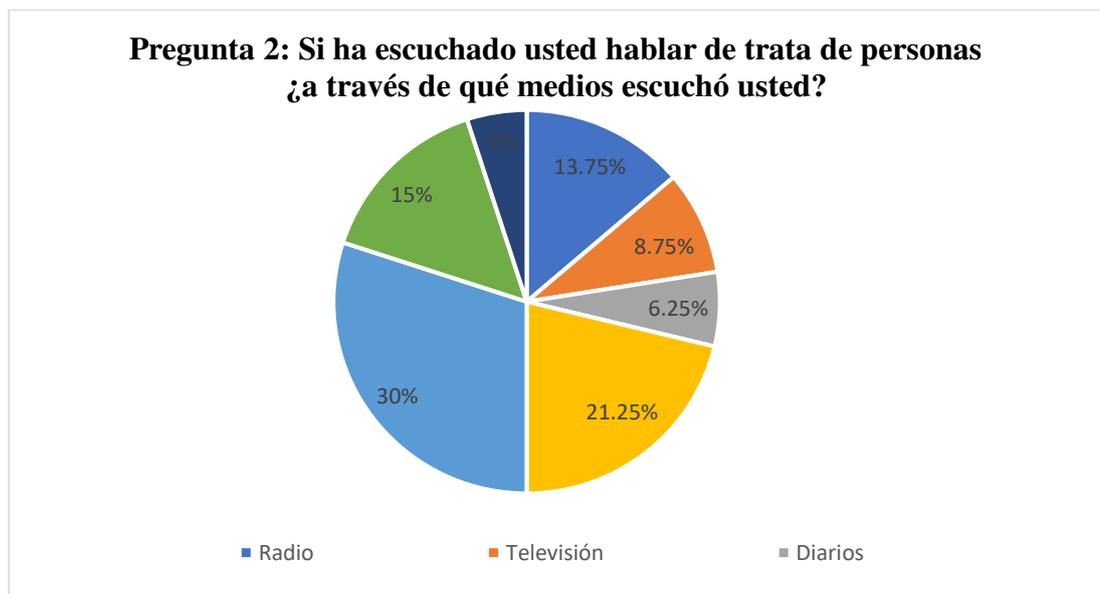
Si ha escuchado usted hablar de trata de personas ¿a través de qué medios escuchó usted?

Pregunta 2: Si ha escuchado usted hablar de trata de personas ¿a través de qué medios escuchó usted?		
Descripción	Frecuencia	%
Radio	11	13.75 %
Televisión	7	8.75 %
Diarios	5	6.25 %
De manera directa	17	21.25 %
Redes sociales	24	30.00 %
Otros	12	15.00 %
No sabe/ No Opina	4	5.00 %
Total	80	100 %

Fuente: Elaboración propia

Figura 5

Si ha escuchado usted hablar de trata de personas ¿a través de qué medios escuchó usted?



Fuente: Tabla 6

Interpretación. – Las redes sociales están demostrando cada vez con más claridad la gran aceptación que tienen entre la población, y ello se refleja en las respuestas a la pregunta planteada, pues a través de los medios digitales los encuestados se informaron sobre la trata de personas, aunque también recibieron información de manera directa en las conversaciones con sus compañeros de aula y con sus profesores. Contrariamente es muy bajo el número de encuestados que se informan de este fenómeno a través de los diarios escritos.

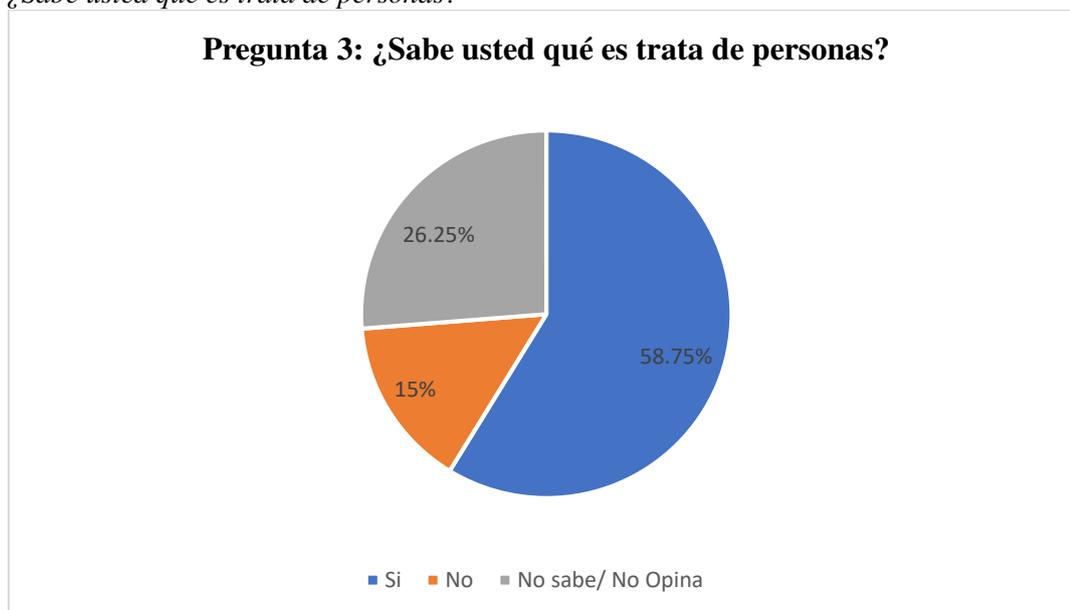
Tabla 7
¿Sabe usted qué es trata de personas?

Pregunta 3: ¿Sabe usted qué es trata de personas?		
Descripción	Frecuencia	%
Si	47	58.75 %
No	12	15.00 %
No sabe/ No Opina	21	26.25 %
Total	80	100 %

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6

¿Sabe usted qué es trata de personas?



Fuente: Tabla 7

Interpretación. - Esta pregunta recibió mayoritariamente una respuesta positiva, lo cual refleja que los estudiantes de la I.E. sagrado Corazón de Jesús de Anta demuestran interés por conocer lo que sucede en el contexto, aunque ello no quiere decir necesariamente que sus conocimientos sobre la trata de personas tengan fuente reconocida, ya que este hecho, es decir la trata de personas, generalmente se relaciona con desaparición de personas o incluso violencia.

Tabla 8

¿En la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta se aborda temas relacionados con la trata de personas?

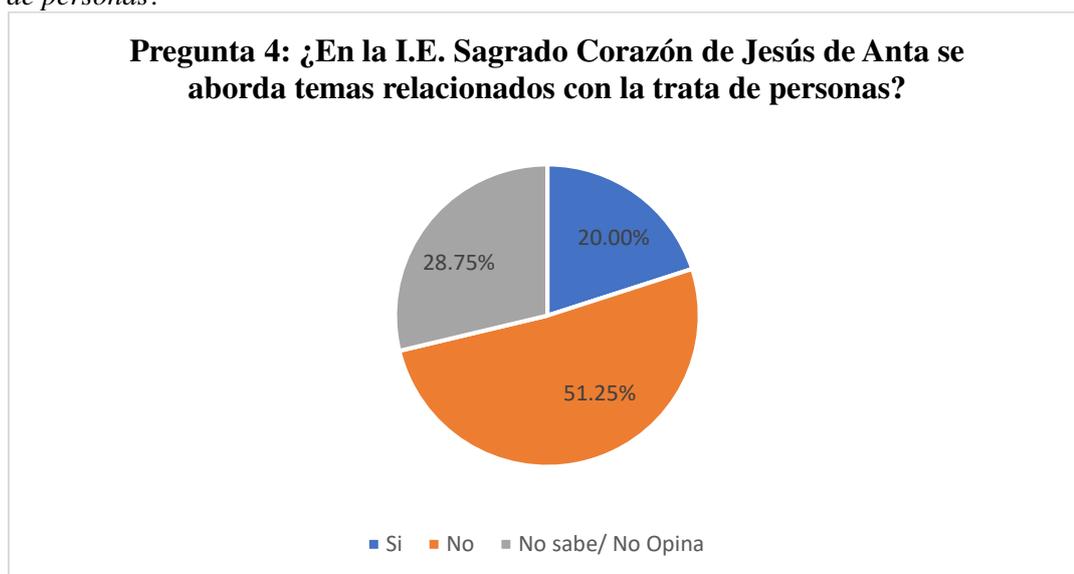
Pregunta 4: ¿En la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta se aborda temas relacionados con la trata de personas?		
Descripción	Frecuencia	%
Si	16	20.00 %
No	41	51.25 %
No sabe/ No Opina	23	28.75 %
Total	80	100 %

Fuente: Elaboración propia

Figura

7

¿En la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta se aborda temas relacionados con la trata de personas?



Fuente: Tabla 8

Interpretación. – A pesar de ser un tema que causa mucha preocupación entre los ciudadanos, no es un asunto que sea abordado frecuentemente en la institución educativa en la que se realizó la investigación académica, lo cual pone en evidencia la necesidad de recurrir a otras formas comunicativas para generar conciencia entre los estudiantes con relación a la trata de personas. También es elevado el número de personas encuestadas que no quisieron responder a la pregunta, probablemente porque podría generarles algún inconveniente.

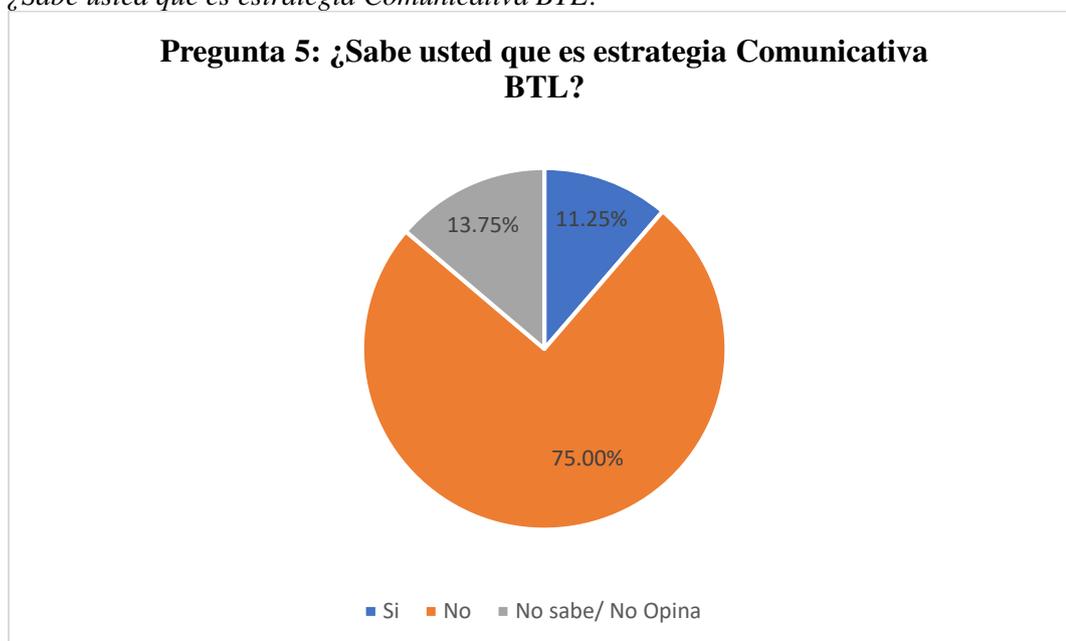
Tabla 9
¿Sabe usted que es estrategia Comunicativa BTL?

Pregunta 5: ¿Sabe usted que es estrategia Comunicativa BTL?		
Descripción	Frecuencia	%
Si	9	11.25 %
No	60	75.00 %
No sabe/ No Opina	11	13.75 %
Total	80	100 %

Fuente: Elaboración propia

Figura 8

¿Sabe usted que es estrategia Comunicativa BTL?



Fuente: Tabla 9

Interpretación. - De manera contundente los estudiantes de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta admitieron que no conocen lo que son las estrategias comunicativas BTL, no obstante que muchos de ellos portan productos como llaveros relacionados a temas como prevención de consumo de drogas, efectos nocivos de consumo de alcohol, etc. Lo que pone en evidencia la necesidad de difundir más el concepto de BTL.

Tabla 10

¿Conoce alguna forma de estrategia comunicativa BTL que se ha implementado en la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta para prevenir la trata de personas?

Pregunta 6: ¿Conoce alguna forma de estrategia comunicativa BTL que se ha implementado en la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta para prevenir la trata de personas?

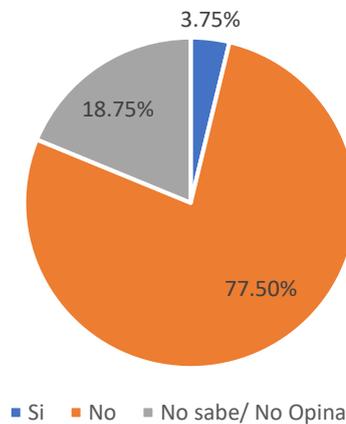
Descripción	Frecuencia	%
Si	3	3.75 %
No	62	77.5 %
No sabe/ No Opina	15	18.75 %
Total	80	100 %

Fuente: Elaboración propia

Figura 9

¿Conoce alguna forma de estrategia comunicativa BTL que se ha implementado en la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta para prevenir la trata de personas?

Pregunta 6: ¿Conoce alguna forma de estrategia comunicativa BTL que se ha implementado en la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta para prevenir la trata de personas?



Fuente: Tabla 10

Interpretación: Las respuestas a esta pregunta fortalecen la necesidad de implementar la estrategia comunicativa BTL en la institución educativa mencionada, ya que es casi total el desconocimiento de dicha estrategia, no obstante que muchos estudiantes utilizan los productos de la mencionada estrategia, lo que impone además la conveniencia de mejorar los mensajes que contienen dichos productos.

Tabla 11

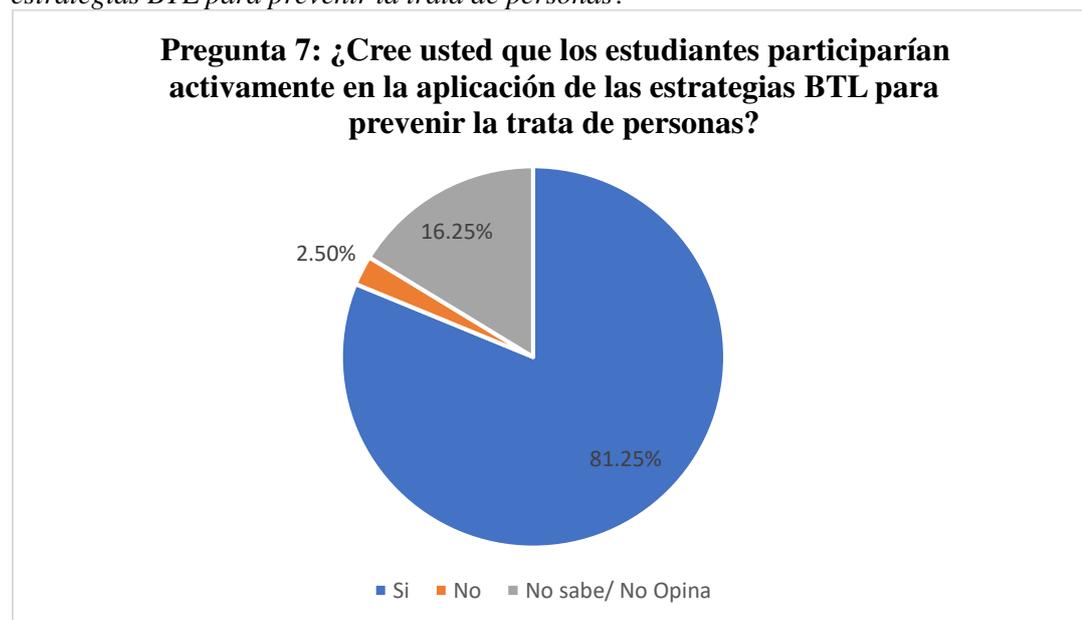
¿Cree usted que los estudiantes participarían activamente en la aplicación de las estrategias BTL para prevenir la trata de personas?

Descripción	Frecuencia	%
Si	65	81.25 %
No	2	2.50 %
No sabe/ No Opina	13	16.25 %
Total	80	100 %

Fuente: Elaboración propia

Figura 10

¿Cree usted que los estudiantes participarían activamente en la aplicación de las estrategias BTL para prevenir la trata de personas?



Fuente: Tabla 11

Interpretación. – La mayor parte de los estudiantes encuestados se muestran dispuestos a colaborar con la implementación de la estrategia comunicativa BTL para prevenir la trata de personas no solo en su plattel sino en toda la Provincia de Anta, ya que existe el convencimiento que este hecho delictivo está creciendo considerablemente y poniendo en riesgo la vida y seguridad de las personas.

Tabla 12

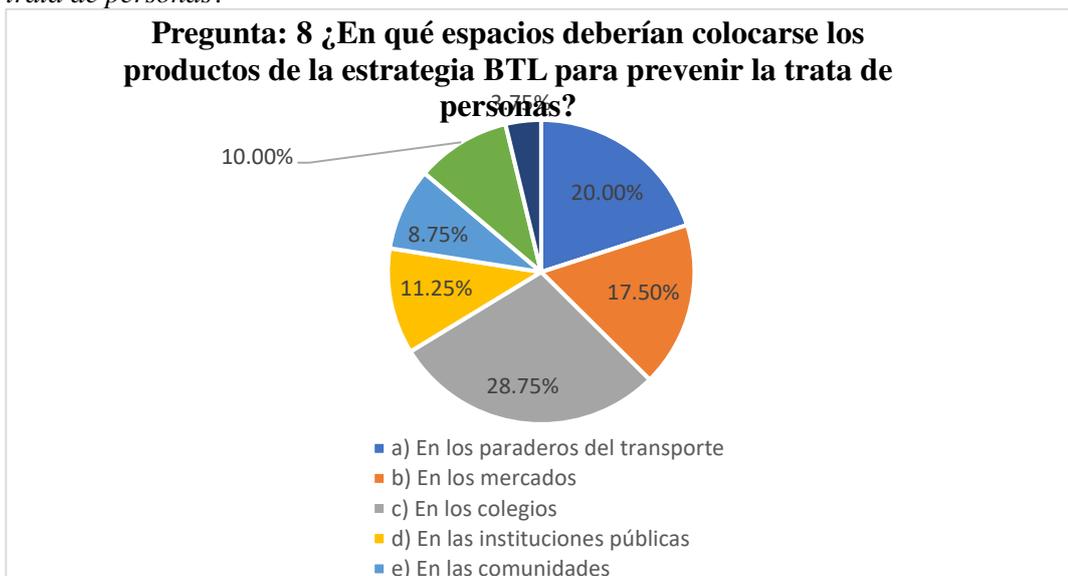
¿En qué espacios deberían colocarse los productos de la estrategia BTL para prevenir la trata de personas?

Pregunta: 8 ¿En qué espacios deberían colocarse los productos de la estrategia BTL para prevenir la trata de personas?		
Descripción	Frecuencia	%
a) En los paraderos del transporte	16	20.00 %
b) En los mercados	14	17.50 %
c) En los colegios	23	28.75 %
d) En las instituciones públicas	9	11.25 %
e) En las comunidades	7	8.75 %
f) Otros (templos, estadios, etc.)	8	10.00 %
No sabe/ No Opina	3	3.75 %
Total	80	100 %

Fuente: Elaboración propia

Figura 11

¿En qué espacios deberían colocarse los productos de la estrategia BTL para prevenir la trata de personas?



Fuente: Tabla 12

Interpretación. - Los estudiantes de la I. E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta están convencidos mayoritariamente que la ubicación de algunos productos de la estrategia comunicativa BTL especialmente los strikes y calcomanías debería efectuarse en los lugares de mayor concurrencia de personas, como lo son, los colegios, paraderos de transporte y mercados, a fin que estos mensajes sean vistos y leídos por la mayor cantidad posible de personas para contribuir a la reducción de la trata de personas.

Tabla 13

¿Cree usted que las autoridades educativas de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta estarían dispuestas apoyar la estrategia BTL para prevenir la trata de personas?

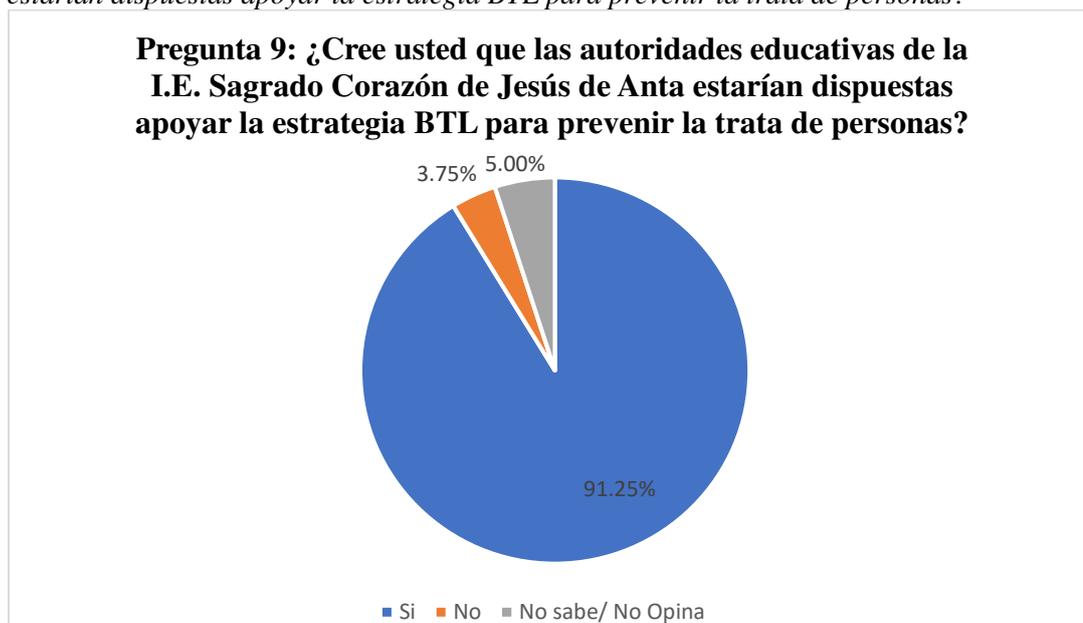
Pregunta 9: ¿Cree usted que las autoridades educativas de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta estarían dispuestas apoyar la estrategia BTL para prevenir la trata de personas?

Descripción	Frecuencia	%
Si	73	91.25 %
No	3	3.75 %
No sabe/ No Opina	4	5.00 %
Total	80	100 %

Fuente: Elaboración propia

Figura 12

¿Cree usted que las autoridades educativas de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta estarían dispuestas apoyar la estrategia BTL para prevenir la trata de personas?



Fuente: Tabla 13

Interpretación. – Similar al caso de los estudiantes, se tiene que, más del 91% consideran que hay predisposición por parte de las autoridades educativas del mencionado plantel para reforzar las acciones de prevención de la trata de personas, con el empleo de la estrategia comunicativa BTL, para elaborar mensajes que tengan mejor acogida en los estudiantes y en la población.

Tabla 14

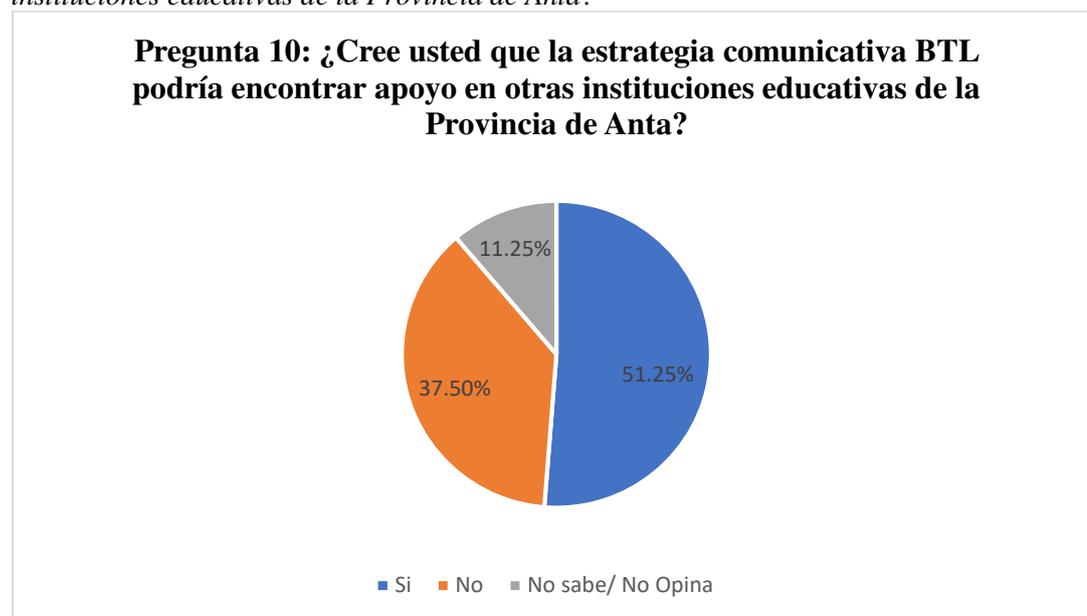
¿Cree usted que la estrategia comunicativa BTL podría encontrar apoyo en otras instituciones educativas de la Provincia de Anta?

Descripción	Frecuencia	%
Si	41	51.25 %
No	30	37.50 %
No sabe/ No Opina	9	11.25 %
Total	80	100 %

Fuente: Elaboración propia

Figura 13

¿Cree usted que la estrategia comunicativa BTL podría encontrar apoyo en otras instituciones educativas de la Provincia de Anta?



Fuente: Tabla 14

Interpretación. - Las respuestas a esta pregunta, permiten sostener que la mayoría de los estudiantes encuestados consideran que las autoridades de otras instituciones educativas del ámbito provincial, podrían apoyar decididamente al empleo de la estrategia comunicativa BTL para enfrentar la trata de personas, ya que este es un fenómeno que pone en riesgo la salud y la vida de las personas, principalmente de los estudiantes.

Entrevista al Lic. Wilfredo Ríos

Director de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta.

1.- ¿Qué conocimiento tiene usted de la estrategia Comunicativa BTL?

Mis conocimientos son muy básicos, ya que es un tema que no se ha difundido en los espacios educativos y tampoco a través de los medios de comunicación. Recuerdo que una vez vino al colegio una señorita de la Universidad y nos habló sobre BTL, recién allí entendí que se trataba de calcomanías, pulseras y stickers con mensajes, creo para denunciar la violencia familiar. Eso es lo que conozco de BTL.

2.- ¿Cree usted que la estrategia comunicativa BTL puede contribuir en la prevención de la trata de personas?

Todas las acciones destinadas a evitar el maltrato familiar, la violencia contra los niños y las niñas y especialmente la trata de personas son muy útiles porque de esta manera la población conoce y lo que se debe hacer cuando se presentan esos casos. Los medios de comunicación muchas veces no transmiten mensajes para impedir el abuso contra los niños y niñas y por eso considero que distribuir stickers, calcomanías y otros, es de mucha ayuda para enfrentar los delitos.

3.- ¿Sabe usted sí en lo que va del año se han presentado casos de trata de personas que involucre a estudiantes de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta?

No, no se ha presentado ningún caso de trata de personas que afecte directamente a los estudiantes de este colegio y tampoco a sus familiares más cercanos, pero se han escuchado noticias que especialmente en las zonas rurales se comenta de la

desaparición de personas, principalmente de niñas, aunque esto se confunde con que sus propios padres los entregan a otras familias para que trabajen en actividades domésticas. También hay casos de personas que desaparecen y nunca más se sabe de ellas.

4.- En caso de presentarse algún suceso referido a la trata de personas en la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta ¿Qué acciones adoptaría usted?

Lo primero que tendríamos que hacer es poner la denuncia en la comisaria y convocar a los padres y madres de familia para adoptar acciones preventivas. En el caso específico de nuestro colegio tendríamos que solicitar la intervención de las autoridades de la Dirección Regional de Educación, del Ministerio Público y del Poder Judicial porque son casos muy delicados y se requiere de la participación de muchas instituciones.

5.- ¿Considera usted que la trata de personas es un problema que debe ser abordado también desde las instituciones educativas?

Sí, el colegio es el espacio en el que los niños y las niñas aprenden a conocer sus derechos y también a denunciar los abusos. Es cierto que muchas veces los estudiantes no avisan sobre las agresiones de que son víctimas, probablemente por miedo o por vergüenza y es por eso que en este colegio pedimos de manera permanente a las profesoras y profesores que difundan los derechos de los niños y también les orienten sobre los lugares a los que deben acudir si es que reciben maltratos. Especialmente ponemos énfasis en la prevención de delitos como la trata de personas.

6.- Finalmente ¿está usted dispuesto a apoyar las iniciativas de prevención de la trata de personas con la estrategia comunicativa BTL en el colegio que dirige?

Claro que sí, no solamente permitiríamos que se coloquen mensajes para la trata de personas en los ambientes del colegio, sino también solicitamos que nos capaciten en las estrategias BTL para que nosotros, los profesores y profesoras podamos contribuir a enfrentar este problema que también se registra en nuestra provincia.

DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta y el taller, es importante llevar a cabo una discusión. Los hallazgos efectuados en el desarrollo de la presente investigación, me han permitido comprobar que existen formas y medios complementarios de comunicación para hacer llegar los mensajes a determinados públicos objetivos, especialmente cuando se trata de generar impacto en los destinatarios de tales productos, como es el caso de los mensajes para enfrentar el delito de la trata de personas, en los estudiantes de 4º y 5º grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta-Cusco.

En el marco de la investigación sobre la prevención de la trata de personas en la provincia de Anta, se llevó a cabo un taller de sensibilización y prevención en la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta. Este taller se realizó con el objetivo de educar y concientizar a los estudiantes sobre este problema grave y sensibilizarlos sobre sus dimensiones y consecuencias, lo que ha permitido aplicar la estrategia comunicativa BTL produciendo los materiales que sustenta la propuesta, enfocándose en los estudiantes de 4º y 5º grados de secundaria.

Se inició con una encuesta inicial para evaluar el nivel de conocimiento de los estudiantes sobre la trata de personas y las estrategias comunicativas BTL. Esta encuesta sirvió como punto de partida para saber el nivel de conocimiento que tienen los estudiantes respecto a estos temas.

Posterior a la encuesta, se llevó a cabo una explicación detallada sobre los conceptos relacionados con la trata de personas, se utilizaron ejemplos específicos y casos, destacando los riesgos y consecuencias de este delito.

Además, se presentó la estrategia comunicativa BTL como una herramienta efectiva para abordar la problemática. Se explicaron sus características y ventajas, destacando la capacidad para generar conciencia de manera directa.

Se brindaron a los estudiantes materiales específicos producidos bajo la estrategia BTL, como folletos informativos, llaveros, stickers y pulseras, que fueron creativos y con recursos multimedia interactivos. Estos materiales fueron diseñados para ser atractivos y educativos, capturando la atención de los estudiantes y facilitando la retención de información.

El taller incluyó actividades interactivas donde los estudiantes participaron activamente con un intercambio de ideas y opiniones, permitiendo a los estudiantes sentirse involucrados en la lucha contra la trata de personas.

Con el objetivo de lograr un impacto duradero, se alentó a los estudiantes a utilizar de manera permanente los productos BTL en su entorno escolar y comunitario. Se les animó a compartir la información con sus compañeros y familiares, amplificando así el alcance de la información brindada.

Así mismo, durante el desarrollo de la investigación, se ha observado que no existen registros previos de la implementación de la estrategia BTL en la prevención de la trata de personas en la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta. Sin embargo, se ha notado que los estudiantes ya utilizan ciertos materiales promocionales como stickers, pulseras, pines, llaveros, posters y otros, en sus mochilas, fólder, cuadernos, incluso en su ropa. Estos elementos, debido a la combinación de mensajes y colores, generan atracción y su impacto se mantiene a lo largo del año escolar.

Bajo este mismo enfoque, Gonzáles, F. y García, G. en su trabajo de investigación “Comunicaciones integradas de marketing, Subtema: La tendencia de la publicidad de bajo la línea (below de line) como herramienta promocional en el siglo XXI” demuestran que la

publicidad BTL es importante, ya que utiliza medios más creativos y directos, lo que permite generar experiencias significativas y lograr un posicionamiento sólido y la lealtad de los consumidores.

Frente a lo señalado en ambos casos, podemos resaltar la importancia de la estrategia BTL para lograr un impacto y un posicionamiento sólido. Además, del uso de elementos promocionales para captar la atención y mantener su efecto a largo plazo.

En cuanto a las redes sociales, Andrea E. Vergara Gavelán en su investigación “Medios publicitarios BTL y su influencia en el posicionamiento de la marca Óptica Gemelo’s, 2019”, tuvo como resultado que el 98,69% de sus encuestados utiliza las redes sociales de forma constante. Además, en la presente investigación se puede observar que el 30% de los estudiantes de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús Anta, tuvo conocimiento sobre la trata de personas a través de las redes sociales, lo cual hace evidente que ellas han logrado posicionarse como medios de comunicación más avanzados, pero que al mismo tiempo presentan dificultades en su posicionamiento en algunos lugares, debido a que no existen sistemas tecnológicos suficientes que garanticen el acceso a estas redes por parte de la población mayoritariamente rural, como es el caso de la Provincia de Anta.

Respecto del perfil de las víctimas de trata de personas, Alexandra S. Cáceres Villena y Rocío R. Huamanquispe Quintana señalan en su investigación “Acceso a la justicia de las víctimas de trata de personas: Estudio de las barreras procesales y procedimentales en la región de Cusco” que, de los 33 casos analizados la mayoría de las víctimas de trata fueron mujeres menores de edad, provenientes de diversas provincias del Cusco, y en la presente investigación al año 2022, se registró que el 85,3% de las víctimas fueron mujeres y 190 menores de edad a nivel nacional.

En ambos casos, se evidencia una situación de vulnerabilidad notable para las mujeres y los menores de edad en relación a la trata de personas.

Además, Cáceres y Huamanquispe, señalan que la trata de personas es un delito que afecta principalmente la dignidad humana; de la misma forma consideran como barreras el incumplimiento del deber de debida diligencia del Estado en la prevención de este delito y la insuficiente asignación de recursos económicos para cumplir los objetivos relacionados con la trata de personas. Lo que se puede observar también en los estudiantes de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta, ya que el 51,25% indica que la trata de personas no es un tema abordado en la institución educativa, sin embargo, existe buena disposición tanto de los estudiantes como de los docentes para fortalecer las acciones de prevención contra la trata de personas.

Por ello la importancia de trabajar coordinadamente con instituciones educativas y aliados estratégicos, implementando estrategias BTL, como una alternativa para plasmar mensajes breves y concisos para prevenir este delito.

Los hallazgos efectuados en el trabajo de campo me han permitido comprender que son muchos los medios que pueden ser utilizados para enfrentar la trata de personas, un delito que está alcanzando elevados índices en nuestro país y desde luego en Provincias como Anta. El uso de las estrategias comunicativas BTL pueden resultar de mucha ayuda para asegurar el bienestar de la población y especialmente la seguridad de los niños, niñas y adolescentes.

PROPUESTA

DENOMINACIÓN: FORTALECIMIENTO DE LA ESTRATEGIA BTL PARA LA PREVENCIÓN DE LA TRATA DE PERSONAS EN LA I.E. CORAZÓN DE JESÚS ANTA, CUSCO

JUSTIFICACIÓN:

Después de haber recabado información de los alumnos del 4º y 5º grados de secundaria de la institución educativa podemos señalar que las edades en las que oscilan son de los 15 a los 17 años, esto refleja que existe una situación de vulnerabilidad, debido a que como lo señala CHS Alternativo el 45% de las víctimas son adolescentes, por lo que, podemos referirnos a que es una población indefensa que necesita de información respecto a la trata de personas y su prevención.

La prevención mediante la educación se considera como un proceso continuo, cuyo objetivo es desarrollar habilidades, destrezas y competencias en las personas para encontrar soluciones a las dificultades que se les presenta, como es el caso del delito de la trata de personas.

Así mismo, podemos mencionar que la población de la provincia de Anta se caracteriza por ser una población eminentemente rural por sus actividades socio económicas, como la agricultura, aunque esta es una actividad que viene disminuyendo considerablemente en los últimos años.

Con esta premisa es necesario realizar una estrategia a partir de la información recabada, viendo algunas características por las que la población migra hacia otras regiones y provincias dentro del país y también al extranjero.

De acuerdo a antecedentes históricos, esta migración se encuentra influenciada por factores sociales y por el desarrollo económico, ya que las personas que se transportan a otros lugares lo hacen buscando mayores oportunidades laborales y de educación, en la búsqueda de un mejor futuro y estabilidad económica.

La trata de personas, es considerado como un delito contra la dignidad de las personas, cuyos factores de riesgo son la pobreza, falta de oportunidades, desigualdad de género, baja escolaridad, violencia, entre otros.

Para prevenir la trata de personas mediante las estrategias comunicativas BTL, se propone una solución creativa que consiste en la implementación de una campaña de concientización, esta campaña se basaría en la utilización de medios no convencionales y se enfocaría en la comunicación directa con la población de riesgo, es decir con los alumnos de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús, y su entorno, como lo son sus padres, familiares y docentes, utilizando material BTL.

Además, el utilizar la estrategia comunicativa BTL con creatividad, rompe esquemas para generar un mayor impacto y concientización en los alumnos de la institución educativa y de la población general al no ser algo convencional. La campaña también podría incluir la organización de eventos y promociones en lugares, junto a aliados estratégicos para alcanzar a la mayor cantidad de personas posibles.

OBJETIVOS

General:

Contribuir en la prevención de la trata de personas, en la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta, difundiendo información mediante estrategias de comunicación BTL.

Específicos:

- Fortalecer la comunicación y el conocimiento de la trata de personas en los niños, adolescentes y padres de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta.
- Implementar estrategias de comunicación BTL que aporten información adecuada, para el desarrollo de conductas preventivas en los niños y adolescentes I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta.
- Desarrollar la comunicación asertiva sobre la trata de personas entre los alumnos y docentes de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta.
- Promover el desarrollo de habilidades comunicativas y participativas sobre la trata de personas en los estudiantes de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta.

ÁMBITO DE INTERVENCIÓN:

La I.E. Sagrado Corazón de Jesús se ubica en el distrito y provincia de Anta, y es donde se pretende aplicar la presente propuesta, asimismo, se aspira a que esta propuesta se aplique en las diferentes instituciones educativas, así como extender la información a la población de la provincia del Cusco y se pueda coordinar con las demás provincias a nivel nacional.

PÚBLICO OBJETIVO:

Público Objetivo Primario:

Se seleccionó a los alumnos del 4º y 5º grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta, ellos se encuentran entre los 15 y 17 años, rango de edad que es vulnerable, y estarían expuestos a riesgos mayores al pertenecer a una población en su mayoría rural.

Público Objetivo Secundario:

Padres y familiares de los alumnos de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta., asimismo docentes de la institución educativa.

Aliados estratégicos:

- Municipalidad Provincial de Anta
- La Defensoría del Pueblo
- Ministerio de Educación
- Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables
- Ministerio del Interior
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones.
- Ministerio de Defensa
- Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social
- La Superintendencia Nacional de Migraciones

- La Asamblea Nacional de Gobiernos Regionales
- El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN:

La estrategia que propongo es la siguiente:

1. Elaborar material BTL (stickers, afiches, pulseras, flyers, banners, danglers, muppies, street marketing, etc) de forma creativa y dinámica, para fortalecer los conocimientos sobre la trata de personas en los alumnos de I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta.
2. Brindar material BTL a los alumnos de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús, con la información adecuada, promoviendo la prevención de la trata de personas, así como los medios para denunciar este delito.
3. Fortalecer la participación de las instituciones educativas de la mano con los aliados estratégicos para realizar eventos, utilizando estrategias comunicativas BTL en las que expongan las acciones de prevención, persecución y sanción del delito de trata de personas.

Con este proyecto, se busca prevenir y combatir la trata de personas de manera efectiva y creativa mediante el uso de estrategias de comunicación BTL, al comunicarse directamente con la población de riesgo y generar conciencia en la población general.

A continuación, mostrare algunos materiales BTL elaborados como propuesta, para ser aplicados.

Figura 14
Banner sobre el delito de la trata de personas

NO

A LA TRATA DE PERSONAS

SE HA REGISTRADO 237 DENUNCIAS DE TRATA DE PERSONAS AL PRIMER SEMESTRE DE 2022

84,8% SON MUJERES (201) Y EL 15,2% HOMBRES (36).

SI ERES TESTIGO DE ACTIVIDAD SOSPECHOSA, DENUNCIA EN LA FISCALÍA DE LA NACIÓN, FISCALÍA ESPECIALIZADA, COMISARIA CERCA O LLAMA GRATIS AL 1818

INFÓRMATE

Fuente: Elaboración propia.

Figura 15
Stickers sobre el delito de la trata de personas



Fuente: Elaboración propia.

Figura 16

Llavero sobre el delito de la trata de personas



Fuente: Elaboración propia.

Figura 17

Pulseras



Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Primera. – La estrategia comunicativa BTL es una herramienta efectiva que influye considerablemente en la prevención del delito de trata de personas en los estudiantes del 4º y 5º grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta – Cusco, ya que su implementación logra transmitir información valiosa y genera conciencia sobre el fenómeno de la trata, así como también promueve actitudes y comportamientos preventivos en los estudiantes. Durante el desarrollo de esta estrategia, los estudiantes mostraron interés, curiosidad y disposición para recibir y responder de manera favorable a la información brindada. Esta receptividad les proporciona las herramientas necesarias para reconocer, prevenir y enfrentar este delito, fortaleciendo así su capacidad de hacerle frente de manera efectiva.

Segunda. - De los resultados obtenidos se evidenció un bajo nivel de conocimiento respecto a la estrategia comunicativa BTL por parte de los estudiantes del 4º y 5º grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta, no obstante, ellos poseen algunos productos componentes de la mencionada estrategia tales como llaveros, pulseras, y otros, que forman parte de vestimenta usual. Así mismo los estudiantes mostraron comprensión de la importancia de utilizar esta estrategia para prevenir el fenómeno de la trata de personas.

Tercera. - De los productos derivados de la estrategia comunicativa BTL aplicados a los estudiantes de 4º y 5º grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta, se identificaron como principales características que los materiales tienen un enfoque persuasivo, creativo y visualmente impactante, enfocados en una población objetiva, siendo esta estrategia un método novedoso que permite transmitir mensajes que no son fugaces ni efímeros, promoviendo la participación activa y comprensión de la prevención de la trata de personas por parte de los estudiantes.

SUGERENCIAS

Primera. - Las instituciones públicas, especialmente las comprendidas en los sectores Educación, Salud y Justicia, deben implementar acciones para generar conocimiento del delito de trata de personas, brindar capacitaciones constantes, tanto a las autoridades educativas, docentes, alumnos, padres de familia y población en general, haciendo extensivo su aplicación en todas las instituciones educativas de la Provincia de Anta, así como en el departamento de Cusco. Para evitar esta problemática, es necesario dar a conocer las formas y modalidades de captación de este delito, y alertar sobre las consecuencias en escolares y adolescentes mediante charlas y dinámicas utilizando materiales de la estrategia BTL, que son de uso común entre los estudiantes y pueden ser compartidos al ser visibles.

Segunda.- Los integrantes de las instituciones educativas, en particular los profesores, padres de familia y los mismos educandos deben participar en la elaboración de mensajes para ser difundidos a través de los productos de la estrategia comunicativa BTL, esencialmente mediante calcomanías, stickers, llaveros, pulseras y otros, lo que permitirá que los escolares manejen adecuadamente el significado de la estrategia comunicativa BTL y materialicen su uso en las campañas de prevención de la trata de personas.

Tercera. - La comunidad educativa de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta - Cusco, debería incorporar como parte de sus sistemas de difusión e información internos y externos, la estrategia comunicativa BTL, incorporando en sus periódicos murales, los productos derivados de la estrategia, utilizando su creatividad, en la producción de dicho material como en la elaboración de slogans alusivos a la prevención y sanción de la trata de personas, lo que convertirá a la institución educativa en un espacio piloto de la participación de los estudiantes en la lucha contra la trata de personas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arellano, E. (2008). *La estrategia de comunicación orientada al desarrollo de la cultura organizacional*. Monterrey, México. Pag. 3
- Bedoya, E., & Bedoya, A. (2005). *El Trabajo Forzoso en la Extracción de la Madera en la Amazonía Peruana*. Ginebra, Suiza: Oficina Internacional del Trabajo
- Berlo, D. K. (1960). *The process of communication: An introduction to theory and practice*. Holt, Rinehart and Winston.
- Cáceres, A. & Huamanquispe, R. (2019). *Acceso a la Justicia de las víctimas de Trata de Personas: Estudio de las Barreras Procesales y Procedimentales en la Región de Cusco*. Perú: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco
- Chandler, A. (1962). *Strategy and Structure: Chapters in the History of the Industrial Enterprise*. Cambridge: MIT Press.
- Chandler, A. D. (2003). *Strategy and Structure. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise*. New York: Beard Books.
- CHS Alternativo (2016) *Rutas de la trata de personas en la Amazonía peruana*. Lima. Pag 29 Corrección de estilo y diseño editorial: Luis Naters. Publimagen ABC S.A.C.
- Cohen L., & Felson, M. (1979). *Social change and crime rate trends: a routine activity approach*, American Sociological Review, 589.
- Daunis, A (2013). *El delito de trata de seres humanos*. Tirant Lo Blanch. Valencia, España: Tirant Lo Blanch.
- Davies, W. (2000). *Understanding Strategy. Strategy and Leadership*.
- Defensoría del Pueblo. (2017). *Trata de personas con fines de explotación sexual en agravio de mujeres adultas. Estudio de casos en las regiones de Lima, Madre de Dios, Piura, Pasco, Lambayeque, Huánuco y Cusco*.
- Fill, C. & Turnbull, S. (2016) *Marketing Communications: discovery, creation and conversations*. Pearson Education
- Galindo, C: (1996). *Cultura de Información, Política y Mundos Posibles*, en Culturas contemporáneas. Revista de investigación y análisis. México: Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)

- Goffman, E. (1959), *"The Presentation of Self in Everyday Life"*. Estados Unidos: Doubleday.
- Gonzales, F. & Garcia, G. (2017). *Comunicaciones integradas de marketing Subtema: La tendencia de la publicidad de bajo la línea (below de line) como herramienta promocional en el siglo XXI*. Nicaragua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.
- Jakobson, R. (1960). *Closing statement: Linguistics and poetics*. Publicado en el libro *"Style in Language"* Sebeok, T. Cambridge, Estados Unidos: MIT Press.
- Koontz, H. (1991) *Estrategia, planificación y control*.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. México: Editorial Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. (2012) *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005): *Marketing Social: Estrategias para el cambio social*. Estados Unidos: Editorial Pearson Education
- Lasswell, H. (1948). *La Estructura y Función de la Comunicación en la Sociedad*. Nueva York: Harper and Row.
- López Viera, L. (2003). *Comunicación Social*. La Habana: Editorial Félix Varela.
- López, J. (2016) *Conceptualización jurídica de la trata de seres humanos con fines de explotación laboral*. España: Editorial Aranzadi
- López, L. & Ospina, D. (2004) *Los medios alternativos en las estrategias de comunicación*. Medellín, Colombia: Universidad Pontificia Bolivariana.
- Mahoney, J. (2016) *Strategic Communication: Campaign Planning*. Editorial
- Marchioni, M. (1989). *Planificación social y organización de la comunidad. Alternativas avanzadas a la crisis*. Madrid: Editorial Popular.
- Martínez, Y. (2009). *Hablemos de comunicación*. La Habana. Ediciones Logos, ACCS.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. MIT Press.
- Mintzberg, H. (1987). *The Strategy Concept I: Five Ps For Strategy*. California: Management Review.
- Pereira, J. (2007). *BTL - Marketing Bajo la Línea*.
- Pérez, R. A. (2008). *Estrategias de Comunicación*. Barcelona, España: Ariel Comunicación.

- Prado, V. (2016) *“Trata de personas y minería ilegal”*. En *Criminalidad organizada. Parte Especial*. Lima: Instituto Pacífico.
- Pumayali, J. (2019). *“Publicidad Below The Line en la Asociación sin fines de lucro Centro de Textiles Tradicionales del Cusco, del distrito de Cusco - 2019”*. Cusco, Perú: Universidad Andina del Cusco.
- Querol, A. (2010) *Engañadas y Encerradas: Casos de Trata de Personas*. Lima, Perú.
- Querol, A. (2020) *El intento de las víctimas y sus familias por acceder a la justicia. Trata de personas, violencia y explotación: 40 testimonios*. Lima: CHS Alternativo. Primera edición digital. pag. 40-43,136-139
- Rodríguez, M. L. (2010). *Estrategias de intervención – Algunos aspectos metodológicos y epistemológicos*. Magallanes, Chile.
- Romo, R. S. (2003). *Cultura, clima, comunicación y emprendurismo en las organizaciones: la red conceptual*. México: Publicación de la red Académica Iberoamericana Local Global.
- Serrano, L. (2017). *Elementos que toda Estrategia de Marketing BTL*.
- Sistema Informático de Registro de Denuncias Policiales "SIDPOL" (2022) *División de Estadística de la DIRTIC PNP*. Perú.
- Stoner, J. (1996), *Administración*, México: Ed. Prentice Hall Hispanoamericana S.A.
- Summers, L. (2009). *Las técnicas de prevención situacional del delito aplicadas a la delincuencia juvenil*. *Revista de Derecho Penal y Criminología*, 3(1), pp. 395-409.
- Thompson, A. & Strickland, A. (2004). *Strategic Management: Concepts and Cases*. New York: McGraw-Hill.
- Thompson, I. (2008). *¿Qué es Comunicación?* PROMONEGOCIOS.
- Torreblanca, F. (2016). *Diferencias en estrategias ATL, BTL y TTL*.
- Trujillo, A. (2017). *La trata de personas: la ‘trata delito’ y la ‘trata violación de derechos humanos. Reconsideraciones sobre el concepto de trata y examen de las obligaciones de los Estados*. Madrid, España: Universidad Carlos III de Madrid.
- UNICEF (2004) *Contra la trata de niñas, niños y adolescentes*, Nueva York.
- Vergara, A (2019). *Medios publicitarios BTL y su influencia en el posicionamiento de la marca Óptica Gemelo’s, 2019*. Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma.
- Yufra, Y. (2017) *La Publicidad BTL y la Imagen Corporativa de la empresa Claro Perú en el distrito de Tacna, 2016-2017*. Perú: Universidad Privada de Tacna

WEBGRAFÍA

Archivo digital de la legislación del Perú (2014). LEY 30251 LEY QUE PERFECCIONA LA TIPIFICACIÓN DEL DELITO DE TRATA DE PERSONAS. Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/ExpVirPal/Ficha_Tecnica_Espanol/30251-FT.pdf

Capital Humano y Social Alternativo - CHS Alternativo. Recuperado de: <https://chsalternativo.org/trata-de-personas/>

Davó, F. (22 de 9 de 2015). Smile Pill. Obtenido de <https://sp-marketing.com/los-6elementos-una-campana-exitosa-btl/>

Defensoría del Pueblo- Abordaje Judicial de la Trata de Personas (2020). Recuperado de: <https://www.defensoria.gob.pe/wp-content/uploads/2020/06/INFORME-TRATA-DE-PERSONAS.pdf>

Guía de procedimientos para la actuación de policías y fiscales en la investigación y juzgamiento del delito de trata de personas (2017). Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repository.iom.int/bitstream/handle/20.500.11788/1483/PER-OIM_002.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2017). Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1559/08TOMO_01.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2022). Recuperado de: <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/237-denuncias-de-trata-de-personas-ha-registrado-la-policia-nacional-del-peru-al-primer-semester-de-2022-13920/>

Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2022). Recuperado de: <https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-no-158-2022-inei.pdf>

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos - Plan Operativo de Lucha Contra la Trata de Personas de la Región Cusco 2016. Recuperado de: https://www.transparencia.regioncusco.gob.pe/transparencia/planeamiento_organizacion/Informacion_Adicional_PO/LIBRO-TRATA-DE-PERSONAS-CUSCO-2016.pdf

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables / AURORA (2022). Recuperado de: <https://portalestadistico.aurora.gob.pe/cartillas-estadisticas/>

Ministerio del Interior (2021) política nacional frente a la trata de personas y sus formas de explotación al 2030. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2442716/Pol%C3%ADtica%20Nacional%20frente%20a%20la%20Trata%20de%20Personas%202021..pdf?v=1637169621>

Ministerio del Interior (2022) Observatorio. Recuperado de: <https://public.tableau.com/views/TRATADEPERSONAS/Denunciasdetratadepersonas?:showVizHome=no>

Naciones Unidas Oficina contra la Droga y el Delito - UNODC (2021). Recuperado de: <https://www.unodc.org/peruandecuador/es/noticias/2021/ms-del-30-de-vctimas-de-trata-de-personas-son-menores-de-edad--segn-informe-global-de-la-unodc.html?testme>

Naciones Unidas Oficina contra la Droga y el Delito (2004). Recuperado de: <https://www.unodc.org/documents/treaties/UNTOC/Publications/TOC%20Convention/TOCebook-s.pdf>

Naciones Unidas, Asamblea General. Efectos negativos del matrimonio forzado sobre el disfrute pleno y efectivo de todos los derechos humanos por todas las mujeres y niñas (2023), Recuperado de: <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G23/008/33/PDF/G2300833.pdf?OpenElement>

Naciones Unidas, Asamblea General. Informe de la Relatora Especial sobre las formas contemporáneas de esclavitud, incluidas sus causas y consecuencias, Gulnara Shahinian (2012). Recuperado de: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.ohchr.org/sites/default/files/Documents/HRBodies/HRCouncil/RegularSession/Session21/A-HRC-21-41_sp.pdf

Pontificia Universidad Católica del Perú (2017) MANUAL DE CAPACITACIÓN PARA OPERADORES DE JUSTICIA DURANTE LA INVESTIGACIÓN Y EL PROCESO PENAL EN CASOS DE TRATA DE PERSONAS. Recuperado de: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://idehpucp.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/2017/02/MANUAL-TRATA-PERSONAS.pdf>

Real Academia Española, Diccionario Panhispánico del Español Jurídico, trata de personas Recuperado de: <https://dpej.rae.es/lema/trata-de-personas>

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: ESTRATEGIA COMUNICATIVA BTL APLICADA A ESTUDIANTES DEL 4º Y 5º GRADOS DE SECUNDARIA DE LA I.E. SAGRADO CORAZÓN DE JESÚS DE ANTA - CUSCO PARA PREVENIR LA TRATA DE PERSONAS 2022

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA	TÉCNICA
P.G. ¿Cómo las estrategias comunicativas BTL influyen en la prevención de la trata de personas en los estudiantes de 4º y 5º grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta 2022?	O.G. Conocer de qué manera la estrategia comunicativa BTL influye en la prevención de la trata de personas en los estudiantes del 4º y 5º grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta – Cusco.	H.G. La aplicación de la estrategia comunicativa BTL influirá positivamente en los estudiantes del 4º y 5º grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta - Cusco, para prevenir y enfrentar decididamente el fenómeno de la trata de personas.	Variable Independiente: La aplicación de la estrategia comunicativa BTL.	<ul style="list-style-type: none"> - Creatividad - Conocimiento e interacción - Segmentación 	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo: Aplicada</p> <p>Población: La población está constituida por los 80 alumnos de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas - Observación - Revisión de material bibliográfico - Entrevistas
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICAS	Variable dependiente:			INSTRUMENTOS
P.E.1. ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre la estrategia comunicativa BTL de los estudiantes de	O.E. 1.- Determinar el nivel conocimiento de la estrategia comunicativa BTL que permita a los	H.E.1.- La estrategia comunicativa BTL no es suficientemente conocida ni aplicada	Enfrentar más decididamente el fenómeno de la trata de personas.	<ul style="list-style-type: none"> - Prevención - Protección - Sanción 		<ul style="list-style-type: none"> - Cuestionarios - Registros de denuncias

<p>4t° y 5t° grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta 2022?</p>	<p>estudiantes del 4t° y 5t° grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta - Cusco enfrentar el fenómeno la trata de personas.</p>	<p>en los estudiantes del 4t° y 5t° grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta - Cusco como herramienta para enfrentar el fenómeno de la trata de personas.</p>			<p>Muestra: La muestra comprendió a la totalidad de estudiantes del 4to y 5to grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta - Cusco, la selección de muestra se realizó aplicando la técnica de muestra censal.</p>	
<p>P.E.2. ¿Cuáles son las características de la estrategia comunicativa BTL utilizadas en los estudiantes de 4t° y 5t° grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta 2022?</p>	<p>O.E.2.- Identificar las características de la estrategia comunicativa BTL utilizada en los estudiantes de 4t° y 5t° grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta - Cusco.</p>	<p>HE 2.- La identificación de las características de la estrategia comunicativa BTL permitirá potenciar su uso en los estudiantes de 4t° y 5t° grados de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta - Cusco, para enfrentar el fenómeno de trata de personas.</p>	<p>Variable interviniente: Estudiantes de 4t° y 5t° grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta-Cusco.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sexo - Edad - Procedencia 		

Fuente: Elaboración propia



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ENCUESTA

La presente encuesta se aplica en los estudiantes del 4to y 5to grado de secundaria de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta.

1.- En los últimos meses ¿ha escuchado usted hablar de trata de personas en la Provincia de Anta?

2.- Si ha escuchado usted hablar de trata de personas ¿a través de qué medios escuchó usted?

3.- ¿Sabe usted qué es trata de personas?

4.- ¿En la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta se aborda temas relacionados con la trata de personas?

5.- ¿Sabe usted que es estrategia BTL?

6.- ¿Alguna forma de estrategia BTL se ha implementado en la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta para prevenir la trata de personas?

7.- Cree usted que los estudiantes participarían activamente en la aplicación de las estrategias BTL para prevenir la trata de personas?

8.- ¿En qué espacios deberían colocarse los productos de la estrategia BTL para prevenir la trata de personas?

9.- ¿Cree usted que las autoridades educativas de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta estarían dispuestas apoyar la estrategia BTL para prevenir la trata de personas?

10.- ¿Cree usted que la estrategia BTL podría encontrar apoyo en otras instituciones educativas de la Provincia de Anta?

GUÍA DE PREGUNTA PARA LA ENTREVISTA

Al Director del I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta.

- 1.- ¿Qué conocimiento tiene usted de la estrategia BTL?

- 2.- ¿Cree usted que la estrategia BTL puede contribuir en la prevención de la trata de personas?

- 3.- ¿Sabe usted sí en lo que va del año se han presentado casos de trata de personas que involucre a estudiantes de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta?

- 4.- En caso de presentarse algún suceso referido a la trata de personas en la I.E. Sagrado Corazón de Jesús de Anta ¿Qué acciones adoptaría usted?

- 5.- ¿Considera usted que la trata de personas es un problema que debe ser abordado también desde las instituciones educativas?

- 6.- Finalmente ¿estaría usted dispuesto a apoyar las iniciativas de prevención de la trata de personas con la estrategia comunicativa BTL en el colegio que dirige?

Fotografías



Frontis de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús - Anta



Encuesta a estudiantes de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús - Anta



Encuesta a estudiantes de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús - Anta



Encuesta a estudiantes de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús - Anta



Encuesta a estudiantes de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús - Anta



Encuesta a estudiantes de la I.E. Sagrado Corazón de Jesús - Anta