

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE HUMANIDADES**  
**ESCUELA DE COMUNICACIÓN**



**ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES  
DEL PLAN REGIONAL CONTRA LA TRATA DE PERSONAS  
2017–2021 DE LAMBAYEQUE**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**AUTOR**

**ANGIE NICOLE SANTA CRUZ SAMAME**

**ASESOR**

**OSCAR OMAR TERRONES JUAREZ**

**<https://orcid.org/0000-0002-5494-2568>**

**Chiclayo, 2022**

**ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES  
DEL PLAN REGIONAL CONTRA LA TRATA DE PERSONAS  
2017–2021 DE LAMBAYEQUE**

**PRESENTADA POR:  
ANGIE NICOLE SANTA CRUZ SAMAME**

A la Facultad de Humanidades de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo  
para optar el título de

**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**APROBADA POR:**

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto  
**PRESIDENTE**

Milton Francisco Calopiña Avalo  
**SECRETARIO**

Oscar Omar Terrones Juarez  
**VOCAL**

## **Dedicatoria**

A Dios, a mis padres y a mi hermano, por darme el apoyo en todo momento y los ánimos para seguir adelante.

## **Agradecimientos**

A mi asesor, Oscar Omar Terrones Juárez, quien me orientó en todo el proceso de esta investigación.

A mis grandes y amados amigos de la universidad, Daniel, Vivian y Ariadna, quienes me apoyaron incondicionalmente durante estos cinco años.

A mis hermanos de toda la vida, Sthefani, David, Hur, Sandra, Juan José, Israel, Cinthia y Joel, quienes en todo momento estuvieron orando por mí.

# INFORME DE TESIS FINAL

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

23%

INDICE DE SIMILITUD

22%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

16%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

## FUENTES PRIMARIAS

---

1	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
2	<a href="https://vsip.info">vsip.info</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="https://tesis.usat.edu.pe">tesis.usat.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="https://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="https://repository.javeriana.edu.co">repository.javeriana.edu.co</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="https://repositorio.upao.edu.pe">repositorio.upao.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="https://alicia.concytec.gob.pe">alicia.concytec.gob.pe</a> Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Nacional Mayor de San Marcos Trabajo del estudiante	1%
9	<a href="https://repositorio.unac.edu.pe">repositorio.unac.edu.pe</a> Fuente de Internet	

## Índice

<b>Resumen .....</b>	<b>5</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>6</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>7</b>
<b>Revisión de literatura.....</b>	<b>8</b>
<b>Materiales y métodos .....</b>	<b>12</b>
<b>Resultados y discusión .....</b>	<b>15</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>18</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>20</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>21</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>25</b>

## Resumen

Hoy, las estrategias de comunicación tienen un papel importante en la planificación y ejecución de los planes de desarrollo, ya que permiten llegar a diversos actores, culturas y estilos de vida. Por ello, fue importante responder la siguiente pregunta ¿Cómo se planificaron las estrategias comunicacionales del Plan regional contra la trata de personas 2017–2021 de Lambayeque? A través de la presente investigación, se buscó reconocer las características de las estrategias comunicacionales propuestas, identificar las dimensiones de comunicación que presentan las estrategias del Plan regional y describir las herramientas comunicativas consideradas en la planificación. Esta investigación utilizó la metodología cualitativa y el enfoque hermenéutico; también, se aplicó la técnica del análisis documental y la ficha de análisis. Los resultados permitieron determinar el modelo de comunicación que se empleó en la elaboración de los ejes estratégicos del mencionado Plan. Se concluyó que la mayoría de las estrategias se caracterizaron por centrarse en la transmisión y sensibilización de los mensajes, a través de herramientas de comunicación masiva, de tal modo que se utilizó una comunicación difusionista e institucional.

**Palabras claves:** estrategias de comunicación, plan de desarrollo, esclavitud.

### **Abstract**

Today, communication strategies have an important role in the planning and execution of development plans, as they allow reaching diverse actors, cultures and lifestyles. Therefore, it was important to answer the following question: How were the communication strategies of the Regional Plan against trafficking in persons 2017–2021 of Lambayeque planned? Through this research, we sought to recognize the characteristics of the proposed communication strategies, identify the communication dimensions presented by the strategies of the Regional Plan and describe the communicative tools considered in the planning. This research used qualitative methodology and hermeneutic approach; Also, the technique of documentary analysis and the analysis sheet were applied. The results made it possible to determine the communication model that was used in the elaboration of the strategic axes of the aforementioned Plan. It was concluded that most of the strategies were characterized by focusing on the transmission and awareness of messages, through mass communication tools, in such a way that diffusionist and institutional communication was used.

**Keywords:** Communication strategies, development plan, slavery.

## Introducción

La comunicación es un proceso importante para la sociedad, pues interviene en el desarrollo de la población, a través del uso de las estrategias comunicacionales. Esta serie de acciones, adecuadamente planificadas, fomentan una comunicación clara, concisa y efectiva para el involucramiento de las respectivas poblaciones en su desarrollo.

Los proyectos de desarrollo recurren a dichas estrategias con el fin de promover la sensibilización, la participación de los ciudadanos y el cambio de la sociedad. González (2015) sostiene que, para realizar una apropiada prevención ante una situación de riesgo, se necesita de información pertinente y una enseñanza constante que se adhiera a la sociedad. Ante lo expuesto por el autor, es clave considerar a la comunicación como un proceso de participación, ya que no solo promueve el adecuado uso de la información, sino también la participación y el diálogo entre los agentes involucrados.

En Canadá, las diferentes organizaciones han desarrollado campañas con grandes cambios en sus beneficiarios, y esto, gracias a la planificación de sus estrategias en los procesos participativos (Rojas, 2017). De esta manera, sus gobiernos provinciales están implementando acciones que se adecúen a sus entornos para brindar una mejor asistencia social, ya que el nivel de alcance de la trata de personas en Canadá es complejo de determinar por su vinculación con el crimen organizado, la desconfianza en las autoridades y las barreras lingüísticas, pues muchas de las víctimas son ciudadanos y extranjeros.

En los últimos años Argentina se ha ubicado entre los 30 países que mejor combaten la trata de personas gracias a la planificación de sus planes de acción, donde priorizan estrategias que apunten hacia la identificación de los tratantes y la protección y asistencia de las víctimas, asimismo, durante la pandemia del Covid-19 demostraron cumplir con los estándares mínimos para la eliminación de este delito.

Sin embargo, en varios países de Latinoamérica no se han obtenido resultados eficientes por la falta de comunicación participativa. Durante mucho tiempo, la comunicación masiva ha cumplido con la tarea de transmitir información, pero sin generar respuesta alguna en el receptor. Por ello, se necesitan estrategias integrales con enfoques sociales, comunitarios y políticos, cuyas soluciones deban ser directas, concretas y fáciles de entender para que se efectúe el cambio correspondiente (Coronel y Marzo, 2017).

En Perú, se elaboró el Plan Nacional de Acción Contra la Trata de Personas 2017–2021 con el propósito de prevenir a la ciudadanía sobre los peligros de este delito, tanto físico como psicológicamente. Dentro de este plan, se realizaron campañas, charlas informativas, materiales audiovisuales, afiches, *banners*, volantes; pero no se rindieron cuentas del impacto y la sostenibilidad que tuvo la información recibida en las personas ni la eficacia de las estrategias, pues las instituciones estatales no desarrollaron un sistema de seguimiento y evaluación eficaz en la planificación de las acciones propuestas.

Las acciones participativas en los planes de acción aún son escasas en el país, por ello, surge hacerse la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se planificaron las estrategias comunicacionales del Plan regional contra la trata de personas 2017–2021 de Lambayeque?

La presente investigación es conveniente para la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, porque será una fuente de información y referente de estudio para los futuros comunicadores que deseen especializarse en Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social, además, despertará su interés para diseñar estrategias y proyectos de comunicación orientados a la promoción del desarrollo social y, especialmente, para prevenir la trata de personas en el departamento.

Este estudio es relevante, porque el Plan regional se dirige a toda la población lambayecana, y su nivel de alcance depende del adecuado uso de las estrategias de comunicación, pues en el desarrollo de una comunidad son importantes las intervenciones participativas de los involucrados y esta comunicación debe generarla. Asimismo, contribuye a la teoría, porque la información presentada orientará a futuras investigaciones en este campo.

Este trabajo es práctico, porque mediante el análisis de las estrategias, fue posible conocer su uso y el modo en que participan los beneficiarios en las acciones preventivas.

Para la realización de esta investigación, se planteó como objetivo general: analizar las estrategias comunicacionales planificadas en el Plan regional contra la trata de personas 2017-2021 de Lambayeque. Y como objetivos específicos: a) reconocer las características de las estrategias comunicacionales propuestas, b) identificar las dimensiones de comunicación que presentan las estrategias del Plan regional y c) describir las herramientas comunicativas consideradas en la planificación.

## **Revisión de literatura**

### **Antecedentes**

Ruiz et al. (2018) desarrollaron un artículo sobre la función de los medios de comunicación en el conocimiento de la trata de personas en Santander (Colombia), cuyo objetivo fue revisar el rol que cumplen los medios en la prevención de la trata de personas. Se aplicó la metodología mixta, a través de una encuesta y se obtuvo como resultado que existen diferencias entre los ciudadanos que utilizan medios sociales frente a los que no usan ningún medio, además, se evidenció una relación entre trata de personas y explotación sexual. La conclusión del estudio muestra que los medios de comunicación priorizan el *rating* antes que el cumplimiento de su labor informativa.

Bocanegra (2019) desarrolló un trabajo de investigación sobre las representaciones sociales de las víctimas de trata en la ciudad de Bogotá (Colombia), cuyos objetivos fueron establecer las políticas públicas planteadas por el Estado, evaluar la idoneidad de información ofrecida desde el orden gubernamental e identificar cómo perciben los afectados la atención dada por las entidades gubernamentales. Esta investigación empleó la metodología cualitativa y obtuvo como resultado que la representación social puede ser positiva gracias al sistema de atención dadas en la Ley y también negativas por la falta de información, tacto y protección de las víctimas. El estudio concluyó que la representación social del delito de trata en los medios es considerada como un hecho que ocurre todos los días.

Martinez (2021) desarrolló una tesis sobre el empleo de los recursos de comunicación en la visibilización del delito de trata de personas en Puerto Maldonado (Perú), cuyos objetivos específicos fueron identificar y analizar los recursos de comunicación que se abordaron en el delito de la trata de personas. Dicha investigación empleó la metodología cualitativa y obtuvo como resultado que los recursos comunicacionales no lograron impactar a la ciudadanía, a causa de una contradicción entre los mensajes y la cultura del público. También, se evidenció una deficiencia en los diseños de las piezas gráficas.

### **Teorías científicas**

Comunicación para el desarrollo y el Cambio Social. Esta comunicación se caracteriza por construir el diálogo y la participación, la cual aplica diversidad de herramientas y estrategias que ayudan a generar cambios valiosos y sostenibles en la construcción de confianza, la escucha activa, el intercambio de conocimientos y el aprendizaje significativo (Sala, 2017).

No obstante, la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social no solo se centra en los cambios de conducta, sino que la comunicación toma un rol específico para superar las dificultades colectivas, además, fomenta el diálogo entre los gestores y los beneficiarios del proyecto con el fin de preservar y respetar las costumbres de una comunidad (Magallanes, 2015). De esta manera, la comunicación surge como una nueva propuesta donde se toma en cuenta el diálogo horizontal con el uso estratégico de acciones comunicativas para resolver una problemática social.

El modelo participativo. Considera que el desarrollo de las propuestas y las estrategias deben partir de la toma de decisiones de los involucrados. La intervención de los implicados debe realizarse antes y durante la planificación de los proyectos de desarrollo (Abarca, 2017). Además, busca empoderar la identidad cultural de la comunidad, a través de la participación en todos sus niveles: global, nacional, local e individual.

Teoría del desarrollo comunitario. Este paradigma propone la intervención de la colectividad en la realización de los programas o proyectos que mejoren su calidad de vida. La transformación debe establecer vínculos y compromisos entre las personas para llegar a un objetivo en común (Pérez, 2016).

El modelo del desarrollo comunitario se sostiene en la participación del Estado, las instituciones, las organizaciones sociales y la población para potencializar las capacidades del contexto local (González y Pereda, 2015). De este modo, se pueden superar los problemas económicos, sociales, culturales, hasta tecnológicos que se puedan identificar en la comunidad.

En ese sentido, estas tres teorías respaldan la presente investigación, porque sirven de referencia para identificar el tipo de comunicación (unidireccionalidad o participativa) que se tomó en cuenta en la planificación del Plan regional.

### **La estrategia en la Comunicación para el Desarrollo y Cambio Social**

La Comunicación para el Desarrollo y Cambio Social es un proceso de participación y diálogo, que permite que las comunidades menos favorecidas generen su propio cambio, a través de herramientas de comunicación interpersonal, comunitarias o digitales.

Una estrategia es aquella a acción planificada que permite la realización de los objetivos en un plan de comunicación. Esta sirve como guía en los procesos comunicativos y permite modificar la realidad, sin perder el rumbo o la finalidad del proceso (Bruno et al., 2017).

Jenatsch y Bauer (2016) recomiendan adoptar estrategias con una estructura razonable de concientización y comunicación para tener un impacto sostenible, sobre todo, en aquellos programas dirigidos a la salud, derechos humanos y medio ambiente, cuyos objetivos están enfocados en el cambio de actitudes y adopción de nuevos comportamientos.

Respecto a su importancia, elaborar estrategias en los momentos menos inesperados es una habilidad para solucionar problemas, tanto dentro o fuera de una entidad (Pérez, como se citó en Gallegos, 2015). El mensaje debe darse con las palabras adecuadas hacia el público que lo necesite y este contribuirá con una respuesta para generar la retroalimentación.

Establecer una estrategia de comunicación es tener la capacidad de proponer alternativas que desencadenen cambios y permitan comprender mejor la información.

En cuanto a las características, Bruno et al. (2017) mencionan que las estrategias comunicacionales presentan objetivos dinámicos los cuales pueden sensibilizar y movilizar a los interlocutores, estos, posteriormente, se verán cambiados por voluntad propia o por agentes

externos. Además, resaltan algunas posturas políticas o ideológicas al momento de elegir a quiénes se dirigen, de qué manera y en qué términos.

Las estrategias, por otro lado, deben obedecer algunas funciones, tales como: forjar un análisis entre la organización y los involucrados, definir las directrices de comunicación, radicar en los lugares de aplicación, cohesionar las comunicaciones y fijar las reglas de evaluación (Vives y Peinado-Vara, como se citaron en Florez y Huanca, 2018). Además, de crear espacios de comunicación para promover la participación de los involucrados en el desarrollo de una comunidad.

En cuanto al diseño de la estrategia, para lograr una adecuada planificación en los proyectos de desarrollo, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 2016) considera algunos pasos para la organización de sus estrategias: a) definir manera clara y precisa los objetivos específicos y los resultados esperados; b) determinar la formulación de la estrategia, que incluye el método, los canales y las herramientas de participación; c) el conjunto de estrategias se proyecta en un plan de acción que estipula las tareas previstas junto con los recursos financieros, materiales y el capital humano.

En relación con las dimensiones, la comunicación estratégica aborda a la comunicación como un encuentro sociocultural y reconoce su multidimensionalidad para transformar. Según Massoni (2016), el funcionamiento de los recursos de la comunicación promueve encuentros específicos y plantea las siguientes dimensiones: informativa, tiene como función la transferencia de información; interaccional, el proceso de interacción de unos con otros; ideológica, el proceso de sensibilización; comunicacional, fomenta el encuentro sociocultural y se proponen acciones para solucionar los problemas de una comunidad.

Además, Cordero (2018) manifiesta que la comunicación presenta una dimensión cultural, ya que el comunicador social planifica el desarrollo a partir de la cultura, pues analizan los contextos socioculturales, la apropiación de los mensajes y los procesos dialógicos para fomentar el empoderamiento de las personas.

Respecto a las herramientas, para la elección de los canales y medios es imprescindible escuchar la voz de los actores involucrados, porque estas herramientas permitirán establecer un proceso democrático y sostenible (Cubillo, 2017). Asimismo, la sustentabilidad y alcance de las campañas dependen de la apropiación y la participación de las personas durante la realización de los contenidos comunicacionales (Herrera, 2019). Según Jenatsch y Bauer (2016), la selección de las herramientas depende del público objetivo, la finalidad y el contexto social; asimismo, los clasifica en tres grupos:

- Comunicación interpersonal. Es el proceso de intercambio de información, pensamientos y actitudes entre dos o más personas que comparten mensajes con el fin de comprender un tema en común. Entre las herramientas de comunicación interpersonal se enumeran las siguientes: las asambleas y cabildos (fomentan el encuentro directo y emocional), las visitas de campo (impulsan el intercambio de conocimientos y mayormente se ejecutan en los programas de campesino a campesino), las actividades culturales en las calles y plazas (otorgan la movilización de la comunidad), las exposiciones y ferias (permiten que los involucrados muestren sus productos o creaciones), los seminarios y talleres (facilitan el intercambio de opiniones y el perfeccionamiento de las habilidades).
- Medios impresos y electrónicos. Son fuentes de información que inducen a la comprensión y obtención de respuestas. Entre los que se pueden mencionar están: los productos impresos (son las herramientas más usadas para la sensibilización y

comprenden el uso textos y piezas gráficas en afiches, boletines, cartillas y trípticos), las radios comunitarias (impulsan el diálogo y tocan temas propios de la localidad, también lanzan campañas y difunden contenido educativo), los videos y audiovisuales (informan y sensibilizan, pero la producción es larga y se necesitan varios recursos técnicos para su ejecución), las campañas en colegios y centros educativos (tienen efecto multiplicador, porque el conocimiento que aprenden los niños es llevado y compartido con sus padres).

- Nuevos medios/Multimedia. Según Drul (2015), son plataformas abiertas y gratuitas donde los usuarios intercambian información. Estas herramientas promueven actividades colaborativas y combinan diferentes canales: las redes sociales (mejoran la interacción entre los actores desde cualquier lugar y la información llega con mayor rapidez), las narraciones digitales (diseñan historias que reflejen la realidad de la comunidad y esta pueda ser difundida en las diferentes plataformas digitales), los juegos interactivos de Internet (la evolución de los videojuegos ha fusionado el entretenimiento y el aprendizaje para poder educar a las personas de manera didáctica).

### **Plan Regional**

El Plan regional es un documento realizado por las autoridades regionales del Estado, cuyo fin es identificar los problemas estructurales que afecten a la comunidad y proponer estrategias, recursos financieros y humanos. Esta gestión a cargo de los organismos públicos se basa en obtener resultados que incluyan procesos integrados y eficaces para lograr el desarrollo local (Gonzales y Hurtado, 2015).

La mayoría de los planes regionales tienen dos objetivos básicos: el desarrollo proporcionado entre regiones y el equilibrio creciente entre lo económico y social (Rodríguez, 2015).

Según Rodríguez (2015), en relación con los principios, considera algunos elementos que sirven como guía para la planificación de un plan: a) precisión, por medio del cual el plan no debe considerar declaraciones vagas y generales, sino que debe, con la máxima precisión, realizar acciones concretas; b) flexibilidad, cada plan debe dejar espacio para los cambios, debido a que pueden aparecer circunstancias impredecibles aún después del pronóstico; c) unidad, la integración y coordinación de los planes asegura un mayor éxito en su aplicación; d) factibilidad, el plan debe tener estrategias alcanzables y realistas que posibiliten su efectividad; e) compromiso, el plan debe incluir un periodo de tiempo en el futuro para lograr el progreso de los objetivos.

### **La trata de personas en el Perú**

La trata quebranta la dignidad e integridad del individuo pues insta a diferentes formas de explotación (Gijón et al., 2015). Esta actividad delictiva viola los derechos civiles ante la falta de seguridad en algunos sectores del país y las redes de corrupción (Torres, 2016). Aunque se estima que cualquier persona puede ser víctima de trata, según el estudio de la Defensoría del Pueblo (2017), las más propensas a este delito son las mujeres solteras que oscilan entre los 18 y 25 años.

Según CHS Alternativo (como se citó en Montoya, et al., 2017) divide las modalidades de trata en dos:

- Según el territorio: trata nacional, se despliega dentro del territorio de la víctima para satisfacer la demanda; la trata internacional, la captura de la víctima es en su lugar

de origen, pero luego es llevada al extranjero; trata mixta: inicia con un caso de trata nacional y pasa a ser internacional.

- Según el tipo de captación: ofertas de empleo, son los avisos publicados en periódicos, Internet o en las paredes; seducción: personas que enamoran a sus víctimas para llevarlas a otra ciudad o país; Internet, conexión en redes sociales a través de una identidad falsa; padrinzgo, la víctima es entregada a un familiar para que pueda tener una mejor calidad de vida, pero en realidad es explotada.

Según la Organización Internacional para las Migraciones (como se citó en Montoya, et al., 2017), la trata presenta los siguientes fines: la explotación sexual, ocurre cuando una persona es forzada a mantener relaciones sexuales a cambio de dinero; el trabajo forzado, se obliga a una persona a trabajar mediante amenazas y abusos psicológicos que afectan su integridad; el tráfico de órganos, tiene como fin la extracción de órganos, donde el traficante engaña, estafa o secuestra a sus víctimas; la actividad agropecuaria, las personas son llevadas a trabajar en la producción de cultivo con mínimas ganancias y pocas posibilidades de escapar; la tala ilegal, con frecuencia son hombres reclutados de las comunidades campesinas y trasladados a la selva para cortar madera de manera ilegal; la minería, las personas son llevadas a las mineras ilegales para la extracción de oro en la selva peruana.

Respecto al marco legal, sostiene un carácter de prevención y fiscalización, a través de la aprobación de la Ley n. ° 28950 y la creación de la Comisión Multisectorial, cuya función es elaborar acciones de seguimiento y monitoreo en las políticas, planes o programas presentados en contra de la trata de personas, además, de garantizar la capacitación necesaria hacia todos los funcionarios públicos con el fin de que estos puedan brindar protección a todas las víctimas (Decreto Supremo n. ° 001-2016-IN, 2016).

El Estado peruano junto con el Ministerio del Interior presentaron el Plan Nacional de Acción contra la trata de personas 2011–2016, una medida adoptada para combatir este delito en la nación. Al finalizar el plan, se realizaron diferentes monitoreos y evaluaciones a cargo del Comité Multisectorial y algunos colectivos para la recopilación de información, experiencias y opiniones que ayuden a elaborar el marco conceptual de desarrollo. Los resultados indicaron que las herramientas convencionales aplicadas no fueron suficientes y reconocieron el uso de nuevos instrumentos que ayuden a concientizar sobre la problemática. En consecuencia, se elaboró el Plan Nacional de Acción 2017–2021 teniendo como pilar a la prospectiva estratégica.

### **Materiales y métodos**

La presente tesis correspondió al paradigma naturalista, ya que se obtuvo e interpretó la información para entender la realidad sobre una comunidad y el intercambio de relación entre ambos (Sánchez, 2019). El enfoque fue cualitativo, porque se analizaron y explicaron las características, las dimensiones y las herramientas de comunicación que exponen las estrategias elaboradas en el Plan regional.

Asimismo, presenta el diseño hermenéutico, el cual tiene como objetivo explicar los textos, escritos y gestos que se presentan en la realidad para conocer al hombre de manera interpretativa (Gurdián, como se citó en Pérez, Nieto y Santamaría, 2019). El diseño fue hermenéutico, porque se realizó un estudio sobre las estrategias comunicacionales y su interpretación en función de una comunicación participativa o unidireccional.

Esta investigación tuvo como objeto de estudio a las 40 estrategias de comunicación, que las diferentes organizaciones del Estado planificaron y dividieron en cuatro ejes estratégicos en el Plan regional contra la trata de personas. En cuanto a los criterios de inclusión, se consideró a todas aquellas estrategias diseñadas en el Plan regional contra la trata de personas entre los años 2017 y

2021 de la Región Lambayeque. Por otro lado, como criterios de exclusión se tuvieron a las estrategias elaboradas en planes posteriores y con diferente temática de la trata de personas.

El escenario de investigación fue el Plan regional contra la trata de personas 2017–2021, un documento alineado al Plan nacional contra la trata de personas 2017–2021. Ambos asumieron una comprensión multicausal del fenómeno de la trata y su aplicación con un conocimiento local, regional y nacional. Según las encuestas del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2021) sobre la trata de personas, Lambayeque es uno de los departamentos con mayor número de denuncias en casos de mujeres entre 18 y 29 años por explotación sexual, explotación laboral, mendicidad y otros no especificados.

Dentro del marco conceptual que se abordó en la región Lambayeque, se identificó la débil gobernanza institucional y las insuficientes acciones preventivas-promocionales.

Este plan fue realizado por el Ministerio del Interior (Mininter), la Dirección General de Seguridad Democrática, el Gobierno Regional (GORE) Lambayeque y la agrupación civil involucradas en la lucha contra la trata de personas. Asimismo, se determinaron los siguientes ejes estratégicos: gobernanza institucional; prevención y sensibilización; atención, protección y reintegración; fiscalización y persecución del delito. Para su planificación, se recopiló información local y regional, por lo que responden al conocimiento de la realidad y las tendencias identificadas en la región. Sobre esa base, se definieron los objetivos inmediatos, las acciones correspondientes, la elección de las instituciones y los posibles escenarios para poder combatir este delito.

En esta investigación, se utilizó la técnica del análisis documental, es un proceso que consiste en seleccionar y estudiar de datos con la finalidad obtener respuestas y explicar una realidad (Bermeo et al., 2016). Esta técnica permitió agrupar la información necesaria para analizar la planificación de las estrategias de comunicación del Plan regional.

El instrumento de investigación fue la ficha de análisis. Este recurso fue empleado con el objetivo de fragmentar, explicar y validar un material de información (Ezeiza, como se citó en Arboleda, 2017). Esta herramienta permitió, además, organizar y clasificar los criterios por eje estratégico, objetivos, indicadores, actores involucrados, actores responsables, enfoques, características de las estrategias, dimensiones, modelos y herramientas de comunicación.

Para el desarrollo de la ficha de análisis, se llenó cada ítem con la información presentada en el Plan regional. Siguiendo esto, se marcaron con un aspa todos los aspectos que cubrían las estrategias, según el cumplimiento de sus características y se escribieron sus respectivas observaciones.

<b>FICHA DE ANÁLISIS</b>		
<b>Eje estratégico n. ° 1 del Plan regional contra la trata de personas</b>		
<b>Objetivo n. ° 1 del eje estratégico</b>		
<b>Indicadores del objetivo n. ° 1.1</b>		
<b>Actores involucrados</b>		
<b>Actores responsables</b>		
<b>Estrategia n. ° 1 d el objetivo n. ° 1.1</b>		
<b>Actividades de la estrategia n. ° 1.1</b>		
<b>Enfoque deducido respecto a los considerados en el plan regional para enfrentar el problema de la trata de personas</b>		
<b>Características de la estrategia de comunicación</b>	<b>Centrada en la transmisión de mensajes</b>	
	<b>Sensibiliza</b>	
	<b>Promueve participación y diálogo</b>	
<b>Dimensiones (aspectos que consideran la estrategia)</b>	<b>Informativa</b>	
	<b>Interaccional</b>	
	<b>Sociocultural</b>	
<b>Modelo de Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social que sigue la estrategia</b>	<b>Difusionista</b>	
	<b>Participativa</b>	
<b>Herramientas de comunicación usadas</b>	<b>Comunicación interpersonal</b>	
	<b>Medios impresos y electrónicos</b>	
	<b>Nuevos medios/multimedia</b>	

Elaboración propia.

Para la recolección de datos de la presente investigación, se realizó el pedido de solicitud del documento de análisis a la Gerencia Regional de Programas Sociales del GORE Lambayeque. Luego, se recaudó material electrónico y bibliográfico de diferentes autores para la elaboración del marco teórico. Después, se aplicó la ficha de análisis, herramienta elaborada por la investigadora y validada por especialistas, cabe resaltar que cada estrategia tuvo una ficha de análisis (fueron un total de 40 fichas). Los resultados obtenidos se escribieron en párrafos y fueron sintetizados en figuras para una mayor comprensión, asimismo, se redactó la discusión por objetivos y la información fue contrastada con los antecedentes y la revisión de la literatura. Por último, se formularon las conclusiones y las recomendaciones pertinentes para el cumplimiento de la investigación.

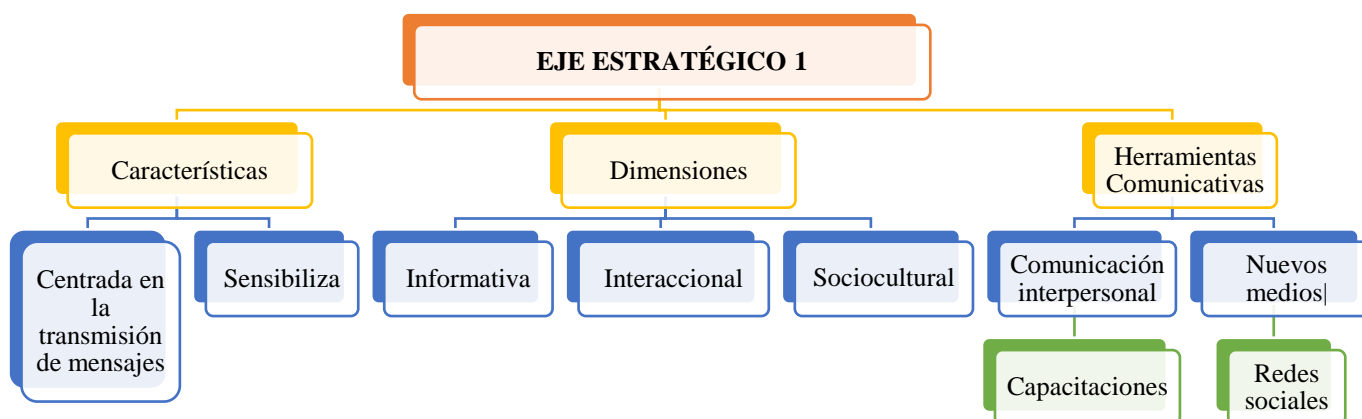
Para la selección de los aspectos éticos, se tuvo en cuenta a la honestidad y la transparencia. Estos principios son perceptibles en una investigación cuando se conduce con honestidad de propósito, compromiso ético e imparcialidad en el objeto de estudio (Villanueva, como se citó en Álvarez, 2018). El presente trabajo se realizó con honestidad y transparencia, porque fue respaldado por fuentes de información, ya que incluye citas de artículos y documentos. Además, no se realizó ningún tipo de manipulación en las estrategias seleccionadas.

## Resultados y discusión

### Resultados

#### Figura 1

Resultados obtenidos del eje estratégico 1

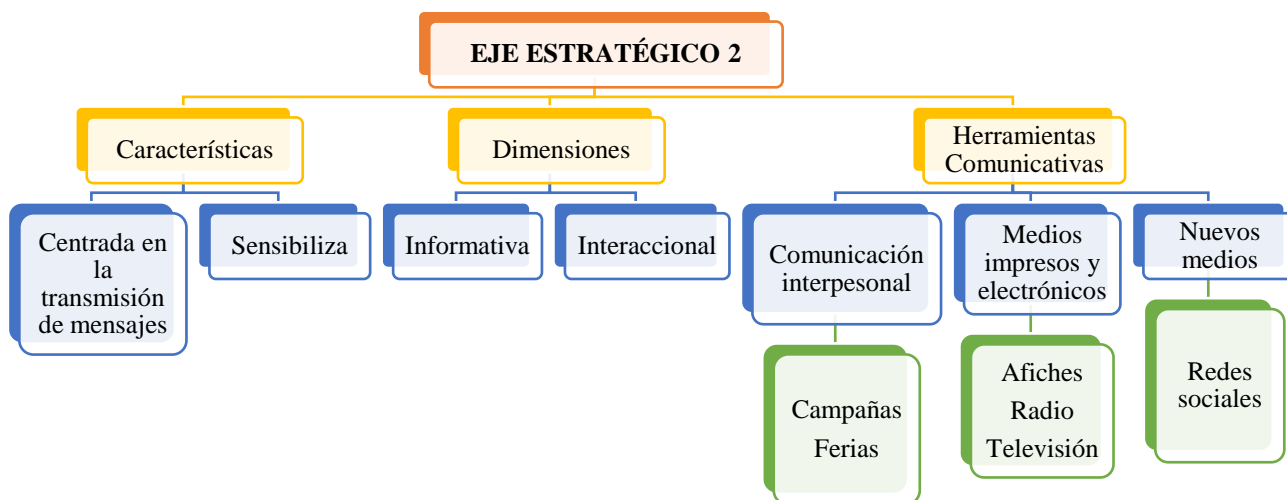


El primer eje estratégico llamado «Gobernanza Institucional» presenta 12 estrategias basadas en los enfoques de seguridad ciudadana, interseccionalidad e interculturalidad. Se identificó que, gran parte de las estrategias (10), se centran en la transmisión de mensajes y 11, en la sensibilización, pues a través de documentos y ordenanzas hacen un llamado a todas las instituciones para que tomen en cuenta a la trata de personas como un problema en común, la cual necesita recursos y acciones dentro de sus gobiernos provinciales. Asimismo, se hallaron que solo dos estrategias promueven la participación y el diálogo en la formulación de nuevas políticas públicas y los encuentros regionales e interprovinciales.

En cuanto a las dimensiones, la mayoría de las estrategias planificadas en el Plan regional son informativas (12), interaccionales (7) y socioculturales (7), ya que se elaboran normas jurídicas, planes de capacitación y coordinaciones entre las instituciones responsables a nivel regional y provincial.

Con respecto a las herramientas de comunicación, cuatro estrategias recurren a la comunicación interpersonal mediante las capacitaciones y una de ellas, específicamente la n. ° 2 del objetivo n. ° 1.2, menciona el uso de las redes sociales como un nuevo medio social entre los involucrados y los actores responsables, no obstante, en las ocho estrategias restantes no se mencionan los canales de comunicación.

**Figura 2**  
Resultados obtenidos del eje estratégico 2

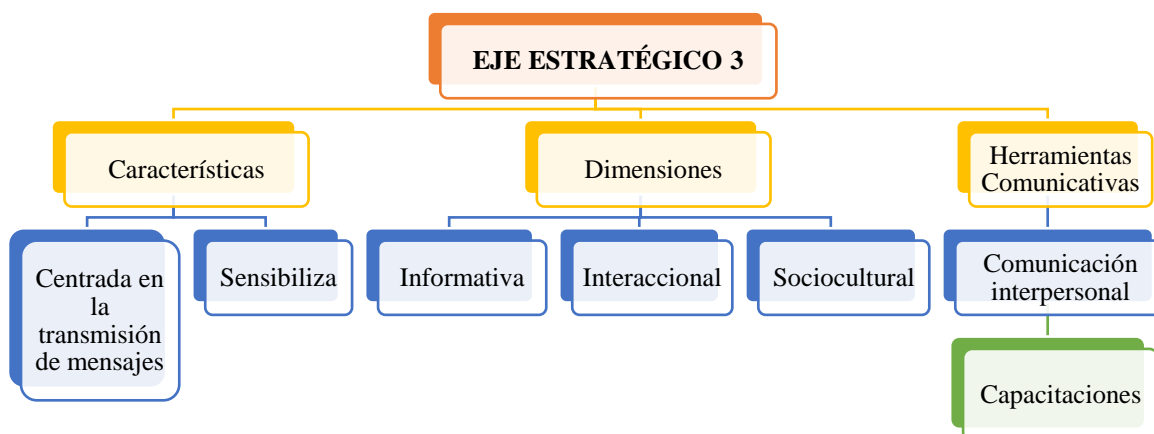


El segundo eje estratégico llamado «Prevención y sensibilización» contiene nueve estrategias basadas en los siguientes enfoques: derechos humanos, interseccionalidad, seguridad ciudadana e interculturalidad. Se identificó que, la mayoría de las estrategias (7), se centran en la transmisión de mensajes y 9, en la sensibilización, pues predomina la difusión de mensajes sobre la trata de personas hacia la población de riesgo. Por otra parte, solo dos estrategias promueven la participación y el diálogo, ya que comprometen a las organizaciones sociales y a la sociedad civil a plantear soluciones en sus actividades preventivas.

Además, todas las estrategias presentan dimensiones informativas, pero solo cuatro de ellas son interaccionales y dos, socioculturales, dado que los actores involucrados reciben información sobre empoderamiento e identificación de víctimas, además, las instituciones incorporan temas sobre la trata en sus programas de voluntariado e interactúan con las redes comunitarias y los grupos organizados.

En cuanto a las herramientas de comunicación, solo dos estrategias cuentan con campañas informativas, a través de medios electrónicos (radio y televisión); medios impresos (afiches); y nuevos medios multimedia (redes sociales). Sin embargo, en las siete estrategias restantes no se especifican los canales de comunicación.

**Figura 3**  
Resultados obtenidos del eje estratégico 3



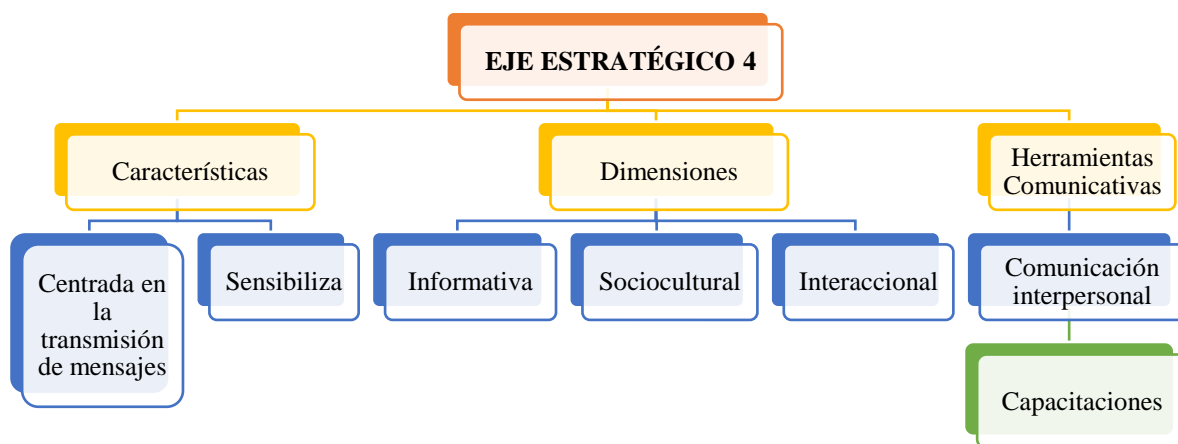
El tercer eje estratégico llamado «Atención, protección y reintegración» está conformado por nueve estrategias basadas en los siguientes enfoques: género, derechos humanos, interseccionalidad, seguridad ciudadana y territorialidad.

Dentro de este eje, nueve estrategias se centran en la transmisión de mensajes y siete en la sensibilización, ya que proponen informar a los actores involucrados sobre la normativa contra la trata.

Asimismo, las estrategias son informativas (8), interaccionales (4) y socioculturales (7), en vista de que las actividades se despliegan en la elaboración de guías, protección multisectorial y convenios para combatir la trata de personas. En cuanto a las herramientas de comunicación, se determinaron que solo cuatro estrategias toman en cuenta a la comunicación interpersonal como necesaria para los programas de capacitación en beneficio a los actores involucrados, por otro lado, en las cinco estrategias restantes no se menciona ningún canal de comunicación.

**Figura 4**

*Resultados obtenidos del eje estratégico 4*



El cuarto eje estratégico llamado «Fiscalización y persecución del delito» contiene 10 estrategias basadas en los siguientes enfoques: derechos humanos, seguridad ciudadana, interculturalidad e interseccionalidad. De estas estrategias, ocho se centran en la transmisión de mensajes y 10 en la sensibilización.

Además, nueve estrategias presentan dimensión informativa, ya que incluyen actividades de capacitación sobre el uso de sistemas de registro y la normatividad vigente relativa a la explotación sexual, así como información sobre fiscalización y persecución. Se determinó que cuatro de las estrategias son socioculturales e interaccionales, ya que proponen contar con personal acreditado en lenguas originarias y lenguaje de señas para que puedan interactuar con las víctimas de trata que viven bajo contextos culturales distintos.

Por último, en siete estrategias se evidenció el uso de la comunicación interpersonal, a través de programas de capacitación dirigidos a los actores involucrados. Y, en las tres estrategias restantes no se menciona el empleo de ninguna herramienta comunicativa.



**Figura 5.** Resultados obtenidos de las estrategias de comunicación del Plan regional contra la trata de personas.

## Discusión

Respecto al primer objetivo específico, «reconocer las características de las estrategias comunicacionales propuestas», se puede señalar que las estrategias planteadas en el Plan regional se centran en la transmisión y sensibilización de mensajes. Comparando con los antecedentes, esto coincide con lo encontrado en la investigación de Ruiz et al. (2018), donde las estrategias se caracterizan por la difusión de información y el uso de la comunicación masiva, sin embargo, en el contexto de la trata de personas se requiere apostar por una comunicación más participativa.

Sobre ello, Bruno et al. (2017) menciona que las estrategias son guías que orientan el desarrollo de la comunicación y deben sensibilizar y movilizar a todos los actores involucrados. Por ello, Jenatsch y Bauer (2016) recomiendan adoptar estrategias estructuradas entre comunicación y concientización para generar cambios sostenibles, asimismo, se contrapone a la comunicación institucional, cuyo principal interés es llevar información al receptor, mientras que, la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social busca promover un proceso de participación e intercambio común.

Respecto al segundo objetivo, «identificar las dimensiones de comunicación que presentan las estrategias del Plan regional», se puede señalar que estas fueron informativas, interaccionales y socioculturales. En contraste con lo planteado por Bocanegra (2018), solo presenta la dimensión informativa y sociocultural. Al respecto, Cordero (2016) manifiesta que la comunicación como parte del proceso humano confirma su dimensión cultural, ya que los individuos dentro de una comunidad son partícipes de ella y se establece una relación entre comunicación-cultura que es indispensable para el proceso de interacción y cambio social.

También, Martínez (2018) evidencia la importancia de considerar a la dimensión sociocultural en la planificación de los recursos comunicacionales, ya que se deben tomar en cuenta a los comportamientos, actitudes y creencias de una comunidad con el fin de obtener un aprendizaje significativo en los involucrados. Por otra parte, Massoni (2016) menciona que no

hay una dimensión más eficaz que otra, sino que el éxito de su ejecución y la transformación que se busque propiciar dependen del análisis y la operatividad de las marcas de racionalidad comunicacional, las cuales son: linealidad, verticalidad, segmentación, horizontalidad, denunciismo, interacción de sujetos, entre otros.

Respecto al tercer objetivo, «describir las herramientas comunicativas consideradas en la planificación», se puede señalar que las herramientas de comunicación interpersonal y las redes sociales son las más empleadas en la planificación del Plan regional. Esto coincide con los resultados encontrados en Martínez (2021), donde los mensajes son trasladados a los beneficiarios mediante los medios tradicionales. Sin embargo, en la investigación llevada a cabo por Ruiz et al. (2018) hallaron que entre los diferentes medios de comunicación masiva no hay un conocimiento sobre los diferentes tipos de trata de personas, pues en muchos de los casos suelen dar mayor relevancia a los de explotación sexual, lo cual impide que las víctimas identifiquen y denuncien otros abusos de este delito.

Además, en beneficio del cambio social es importante escuchar a los involucrados, identificar sus habilidades, respetar su cultura y aplicar herramientas adecuadas para que sean dueños de su desarrollo (Cubillo, 2017). En ese sentido, la sostenibilidad de las campañas comunicacionales centradas en la protección de derechos tiene mayor resultado cuando los pobladores perjudicados participan y elaboran los productos de comunicación (Herrera, 2019).

### **Conclusiones**

El Plan regional contra la trata de personas 2017-2021 de Lambayeque planificó sus estrategias teniendo en cuenta una concepción muy limitada de la comunicación, ya que sus acciones se centraron en la transmisión de mensajes; asimismo, se percibieron ciertos aspectos de la comunicación orientados a la sensibilización. Esto, en realidad, obedece a que la Comunicación Institucional, un tipo de comunicación vertical, sea confundida con la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social, la cual es la más apropiada en la planificación de estos documentos, pues se basa en la construcción del diálogo y la toma de decisiones dentro de una colectividad. Además, los planes de desarrollo, como instrumentos de gestión pública, tienen la misión de velar por las necesidades de los ciudadanos, por lo tanto, es necesario contar con actividades orientadas a la creación de espacios de diálogo, donde los participantes involucrados tomen iniciativas para generar su propio cambio.

Para la elaboración de las estrategias del Plan regional contra la trata de personas 2017-2021 de Lambayeque, se priorizó el estudio de la realidad lambayecana; sin embargo, esto no fue aprovechado en su totalidad. De las tres dimensiones identificadas en las estrategias, destacó la dimensión informativa y solo algunas presentaban dimensiones interaccionales y socioculturales. Estas estrategias tienden a una función difusora y a provocar una escasa participación entre los involucrados. Por ello, es importante tener un dominio sobre las tres dimensiones, ya que promueven la comunicación y los encuentros culturales entre los participantes.

En el Plan Regional contra la trata de personas 2017-2021 de Lambayeque, predominaron las herramientas de comunicación masiva, tales como las capacitaciones, afiches, radio, televisión y aparecieron algunas con carácter más participativo como las redes sociales. Por otro lado, el empleo de estos canales no permite crear espacios de participación y tampoco escuchar las voces de los actores involucrados. Para realizar una adecuada comunicación y participación, se requiere la capacitación de los beneficiarios con el objetivo de que puedan tomar acciones frente a sus problemas y generar un cambio sostenible.

## **Recomendaciones**

Se recomienda a la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT) promover trabajos de investigación sobre los planes de acción que realiza la Región Lambayeque y así identificar los problemas más comunes en la elaboración de estos documentos, a fin de generar nuevos conocimientos sobre el uso de las estrategias de comunicación en los proyectos de desarrollo social.

Se le sugiere al Gobierno Regional de Lambayeque, antes de planificar los planes de acción contra la trata de personas, realizar capacitaciones a cargo de un comunicador para el desarrollo y el cambio social, con el fin de que los expertos que trabajen en esa área tomen en cuenta los procesos de comunicación y desarrollen una mirada más allá de la transmisión de mensajes.

El comunicador que elabore planes de desarrollo debe fomentar una comunicación participativa con los beneficiarios directos, sobre todo con la comunidad que se encuentre más propensa a sufrir este delito, asimismo, identificar los medios de comunicación más cercanos para que las herramientas sean propicias y adecuadas para su desarrollo. Cabe resaltar que los canales de comunicación por explorar están los concursos y los videos *storytelling*, cuyo contenido deben ser historias reales que puedan alertar sobre las diferentes modalidades de trata de personas.

## Referencias

- Abarca, F. (julio, 2016). La metodología participativa para la intervención social: Reflexiones desde la práctica. *Revista Ensayos Pedagógicos*, 11(1), 87-109. <https://doi.org/10.15359/rep.11-1.5>
- Álvarez, P. (febrero, 2018). Ética e investigación. *Boletín Redipe*, 7(2), 122-149. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6312423>
- Arboleda, D. (mayo, 2017). Ficha de análisis especializada para manuales de aprendizaje de español como segunda lengua. *Revista de estudios filológicos*, 33, 1577-6921. <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/53360/1/Ficha%20de%20analis%20is.pdf>
- Bermeo, F., Hernandez J. S., y Tobon S. (diciembre, 2016). Análisis documental de V heurística mediante la cartografía conceptual. *Ra Ximhai*, 12(6). [www.redalyc.org/pdf/461/46148194006.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/461/46148194006.pdf)
- Bocanegra, L. J. (2019). *Representaciones Sociales de las Víctimas de Trata de Personas. Una mirada al sistema de atención por parte de las entidades gubernamentales* [Trabajo de grado en Comunicación Social, Pontificia Universidad Javeriana] <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/46151/TG-%20Bocanegra%20Quin%cc%83ones%2c%20Lida%20Bocanegra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bruno, D., García, R. y Quintana, M. (2017). ¿Comunicación estratégica o estrategias de comunicación? En D. Bruno (Ed.), *Planificación y comunicación: perspectivas, abordajes y herramientas* (pp. 177-206). Ediciones de Periodismo y Comunicación. [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/59580/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=3](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/59580/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=3)
- Cordero, L. (diciembre, 2018). La comunicación como proceso cultural. Pistas para el análisis. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 6(3). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2308-01322018000300013&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322018000300013&lng=es&tlng=es)
- Coronel, J. y Marzo, N. (julio, 2017). La promoción de la salud: evolución y retos en América Latina. *Medisan*, 21(7). <http://www.medisan.sld.cu/index.php/san/article/view/1592>
- Cubillo, I. (abril, 2017). El papel de la comunicación en la Consulta a Vecinos sobre la construcción de una hidroeléctrica en Río Hondo, Zacapa, Guatemala (2005). *Documentación social. Revista de estudios sociales y de sociología aplicada*, 184. <https://caritas-web.s3.amazonaws.com/main-files/uploads/2019/01/Documentaci%C3%B3n-Social-184web.pdf>
- D. S. N° 001-2016-IN. Que se aprueba el Reglamento de la Ley N° 28950, la Creación de la Comisión Multisectorial de naturaleza permanente contra la Trata de

- Personas y el Tráfico Ilícito de Migrantes y su conformación. *Diario Oficial El Peruano* (2016). <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-el-reglamento-de-la-ley-n28950-decreto-supremo-n-001-2016-in-1343376-5/>
- 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*. [https://peru.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/DEFENSORIA%20publicacion\\_trata%20de%20mujeres.pdf](https://peru.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/DEFENSORIA%20publicacion_trata%20de%20mujeres.pdf)
- Drul, G. (enero, 2015). Formas de la convergencia de medios y contenidos multimedia: Una perspectiva rumana. *Comunicar*, 22(44). <https://www.redalyc.org/pdf/158/15832806014.pdf>
- Florez, Y. y Huanca, A. (2018). *Estrategias comunicacionales y manejo de los residuos sólidos en la gestión medio ambiental de la Ciudad de Azángaro 2018* [Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social, Universidad Nacional del Altiplano] [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/10716/Florez\\_Yonathan\\_Huanca\\_Alonso.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/10716/Florez_Yonathan_Huanca_Alonso.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gallegos, G. M. (2015). *Estrategias de Relacionamento Comunitario Urbano*. [Tesis de Licenciatura en Comunicación para el Desarrollo, Pontificia Universidad Católica del Perú] <http://hdl.handle.net/20.500.12404/6610>
- Gijón, M., Cendón, R. y Hernández, A. (enero, 2015). Trata de personas y Derechos Humanos: retos y oportunidades desde la Educación Social. *Revista de Educación Social*, (20). [https://eduso.net/res/wp-content/uploads/2015/02/tratablanca\\_res\\_20.pdf](https://eduso.net/res/wp-content/uploads/2015/02/tratablanca_res_20.pdf)
- González, C. (mayo, 2015). La comunicación en salud como premisa fundamental para la percepción de riesgo en las poblaciones. *Revista Cubana de Higiene y Epidemiología*, 53(2). <http://www.revepidemiologia.sld.cu/index.php/hie/article/view/40/18>
- González, M. y Pereda, J. L. (junio, 2015). Comunicación social, desarrollo comunitario y Plan Nacional para el Buen Vivir. Un acercamiento desde la realidad ecuatoriana. *Universitas, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (22), 117-137. <https://doi.org/10.17163/uni.n22.2015.05>
- Herrera, L. (2019). *La comunicación como una herramienta para el cambio social: Campaña #NiñasConIgualdad* [Tesis de Licenciatura en Comunicación, Universidad de Piura] [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4040/TSP\\_INF\\_042.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4040/TSP_INF_042.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hurtado, A. y Gonzales, R.E. (2015). La gestión y planificación municipal en el Perú. *Revista Tecnológica Espol*, 28(4). <http://repositorio.unj.edu.pe/bitstream/handle/UNJ/21/La%20gesti%C3%B3n>

%20y%20planificaci%C3%B3n%20municipal%20en%20el%20Per%C3%BA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021). *Perú: Estadísticas de Trata de Personas, 2015-2020*.  
[https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1802/libro.pdf](https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1802/libro.pdf)

Jenatsch, T. y Bauer, R. (2016). *Comunicación para el desarrollo: una guía práctica. Cosude*.  
[https://antezanacc.com/docs/Guia\\_Comunicacion\\_para\\_el\\_Desarrollo.pdf](https://antezanacc.com/docs/Guia_Comunicacion_para_el_Desarrollo.pdf)

Magallanes, C. (2015). La comunicación para el cambio social, un proceso de trabajo por la transformación social. *Revista Rúbricas*, (7).  
<https://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/646/EL+PODER.pdf;jsessionid=04DB0528532FB20D587D49131138E0C9?sequence=1>

Martinez, A. A. (2021). *El uso de los recursos comunicacionales para contribuir a la visibilización y reconocimiento público de la trata de personas en Puerto Maldonado: criterios comunicativos y modelos culturales para aportar en la modificación de la percepción sobre el delito de trata de personas y sus víctimas* [Tesis de licenciatura en Comunicación para el Desarrollo, Pontificia Universidad Católica del Perú]  
[https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/18707/MARTINEZ\\_MONTALVO\\_ARTURO\\_ANTONY%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/18707/MARTINEZ_MONTALVO_ARTURO_ANTONY%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Massoni, S. H. (junio, 2016). Metodología, técnicas y herramientas de investigación en activa en Comunicación: análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional. *Civilizar*, 03(03).  
<https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/Civilizarcomunicacion/article/view/595/502>

Montoya, Y., Quispe, F., Blouin, C., Rodríguez, J., Enrico, A. y Gómez, T. (2017). *Manual de capacitación para operadores de justicia durante la investigación y el proceso penal en casos de trata de personas*.  
<https://cdn01.pucp.education/idehpucp/wp-content/uploads/2017/11/07181233/2017-manual-de-capacitacion-para-operadores-de-justicia-durante-la-investigacion-y-el-proceso-penal-en-casos-de-trata-de-personas.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2016). *Manual de Diagnóstico Participativo de Comunicación Rural*.  
<http://www.fao.org/3/a-i4222s.pdf>

Pérez, A. (abril, 2016). Teoría y práctica del desarrollo comunitario. Un estudio de caso en un fraccionamiento de Ciudad Juárez, Chihuahua (México). *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 6(12).  
<https://www.ride.org.mx/index.php/RIDE/article/view/219>

- Pérez, J. J., Nieto, J.A., y Santamaría, J. E. (2019). La hermenéutica y la fenomenología en la investigación en ciencias humanas y sociales. *Civilizar: Ciencias Sociales Y Humanas*, 19(37), 21-30. <https://doi.org/10.22518/usergioa/jour/ccsh/2019.2/a09>
- Rodríguez, O. M. (2015). *Apuntes de planeación regional. Programa de estudio por competencias*. Programa educativo: Licenciatura en Economía. [https://eduso.net/res/wp-content/uploads/2015/02/tratablanca\\_res\\_20.pdf](https://eduso.net/res/wp-content/uploads/2015/02/tratablanca_res_20.pdf)
- Rojas, S. (julio, 2017). Aportes para la Comunicación en salud intercultural: la coproducción de conocimiento en diabetes. *Revista de Comunicación y Salud*, 74, 187-198. [https://doi.org/10.35669/revistadecomunicacionysalud.2017.7\(1\).187-198](https://doi.org/10.35669/revistadecomunicacionysalud.2017.7(1).187-198)
- Ruiz, A. L., Ruiz, S. M. y López, E. J. (marzo, 2018). El papel de los medios de comunicación masiva en la comprensión del fenómeno de la trata de personas. *Revista Criminalidad*, 60 (2). <http://www.scielo.org.co/pdf/crim/v60n2/1794-3108-crim-60-02-00025.pdf>
- Sala, C. (2017). La comunicación para el desarrollo: conceptos, aproximación histórica y características generales. *Revista Janus*, 2017. [https://janusonline.pt/images/anuario2017/2.3.6\\_CristinaVald%C3%A9s\\_Comunicaci%C3%B3n\\_Desarrollo.pdf](https://janusonline.pt/images/anuario2017/2.3.6_CristinaVald%C3%A9s_Comunicaci%C3%B3n_Desarrollo.pdf)
- Sánchez, F. A. (abril, 2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital De Investigación En Docencia Universitaria*, 13(1), 101-122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Torres, M. (diciembre, 2016). El nuevo rostro de un viejo fenómeno: la trata de personas con fines de explotación sexual y los derechos humanos. *Sociológica (México)*, 31(89). [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-01732016000300095&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-01732016000300095&lng=es&tlng=es)

## Anexos



### **CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS**

Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems de la ficha de análisis que la investigadora Angie Nicole Santa Cruz Samamé usó para su trabajo de tesis de "Análisis de las estrategias comunicacionales del Plan regional contra la trata de personas 2017-2021 de Lambayeque."

Ambos instrumentos miden, respectivamente, la variable de estrategias de comunicación. Los ítems de los instrumentos muestran en general 1. Claridad (se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas); 2 Coherencia (tienen relación lógica con la dimensión o indicador que miden) y 3. Relevancia (son esenciales o importantes, deben ser incluidos); y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

14 de abril de 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Adolfo Chávez Chávez', is written over a faint, illegible stamp.

Dr. Adolfo Chávez Chávez  
Docente Universidad Privada del Norte



## **CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS**

Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems de la ficha de análisis que la investigadora Angie Nicole Santa Cruz Samamé usó para su trabajo de tesis "Análisis de las estrategias comunicacionales del Plan regional contra la trata de personas 2017–2021 de Lambayeque."

Este instrumento mide, respectivamente, la variable de estrategias de comunicación. Los ítems del instrumento muestran en general 1. Claridad (se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas); 2 Coherencia (tienen relación lógica con la dimensión o indicador que miden) y 3. Relevancia (son esenciales o importantes, deben ser incluidos); y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dicho instrumento presentado por el referido investigador.

29 de abril de 2021

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Vania Illarec Távora Palacios', is written over a light blue horizontal line.

Dra. Vania Illarec Távora Palacios  
Prof. Comunicación para el Desarrollo  
Universidad de Piura



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, se deja constancia de haber revisado los ítems de la ficha de análisis que la investigadora Angie Nicole Santa Cruz Samamé usó para su trabajo de tesis de "Análisis de las estrategias comunicacionales del Plan regional contra la trata de personas 2017-2021 de Lambayeque."

Este instrumento mide, respectivamente, la variable de estrategias de comunicación. Los ítems del instrumento muestran en general 1. Claridad (se comprende fácilmente, su sintáctica y semántica son adecuadas); 2 Coherencia (tienen relación lógica con la dimensión o indicador que miden) y 3. Relevancia (son esenciales o importantes, deben ser incluidos); y son consecuentes con mediciones previas que han surgido de investigaciones precedentes en el tema.

En tal sentido, se garantiza la validez de dicho instrumento presentado por el referido investigador.

02 de abril de 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'R. Cruz Zapata', written in a cursive style.

**Raúl Reynaldo Cruz Zapata**  
Consultor en Comunicación para el Cambio Social  
[www.reynaldocruz.com](http://www.reynaldocruz.com)  
[contacto@reynaldocruz.com](mailto:contacto@reynaldocruz.com)  
936638326