



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN**

**ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA FOMENTAR EL
TURISMO SOSTENIBLE EN LA PLAYA DEL MALECÓN DE LA
LIBERTAD DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
GRADO ACADÉMICO DE:**

LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

AUTORES:

CASIERRA MEREJILDO JORGE FABRICIO

MORÁN PILLASAGUA AMBAR ALEJANDRA

TUTORA:

Licda. PAOLA ELIZABETH CORTEZ CLAVIJO PhD.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN

**ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA FOMENTAR EL TURISMO
SOSTENIBLE EN LA PLAYA DEL MALECÓN DE LA LIBERTAD DE LA
PROVINCIA DE SANTA ELENA.**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO
ACADÉMICO DE:**

LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

AUTORES:

CASIERRA MEREJILDO JORGE FABRICIO

MORÁN PILLASAGUA AMBAR ALEJANDRA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMUNICACIÓN CULTURA Y DESARROLLO SOCIAL

SUB-LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

ECOLOGÍA Y DESARROLLO AMBIENTAL

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	3
ÍNDICE DE FIGURAS.....	5
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	6
DEDICATORIA	7
AGRADECIMIENTOS	8
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC.....	9
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	9
RESUMEN.....	11
INTRODUCCIÓN	13
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.1. Antecedentes del problema de investigación.....	15
1.2. Formulación del problema de investigación.....	17
1.3. Objetivos.....	17
1.3.1. Objetivo general.....	17
El objetivo principal de esta investigación es identificar las estrategias comunicacionales presentes en la promoción del turismo sostenible en la playa del malecón del cantón La Libertad, en la provincia de Santa Elena.....	17
1.3.2. Objetivos específicos.....	17
1.4. Justificación de la investigación.....	18
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	21
2.1. Conocimiento actual.....	21
2.2. Estrategias Comunicacionales	21
2.3. Fundamentación teórica y Conceptual.....	29
3. MARCO METODOLÓGICO.....	33
3.2. Tipo de investigación.....	33
3.4. Operacionalización de las variables.....	38
4 ANÁLISIS DE RESULTADOS	41
4. DISCUSIÓN	48
5. CONCLUSIONES	50
REFERENCIAS.....	53
ANEXOS.....	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Conciencia Ambiental.....	41
Tabla 2 Población y Difusión.....	43
Tabla 3 Educación y Sensibilización	44
Tabla 4 Participación Comunitaria.....	45
Tabla 5 Colaboración Interinstitucional.....	46
Tabla 6 Evaluación y Seguimiento	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Conciencia ambiental.....	41
Figura 2 Población y Difusión	43
Figura 3 Educación y Sensibilización	44
Figura 4 Participación Comunitaria	45
Figura 5 Colaboración Interinstitucional	46
Figura 6 Evaluación y Seguimiento	47

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **CASIERRA MEREJILDO JORFE FABRICIO** con C.I. **2400358095**, **MORÁN PILLASAGUA AMBAR ALEJANDRA** con C.I. **2450804733**, estudiantes de la carrera de Comunicación, declaramos que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **Estrategias comunicacionales para fomentar el turismo sostenible en la playa del malecón de La Libertad de la provincia de Santa Elena**, corresponde exclusiva responsabilidad del/de autor/la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 28, Junio del 2024.

Atentamente,

Jorge CM.

Casierra Merejildo Jorge Fabricio
C.I. 2400358095

Ambar Alejandra

Morán Pillasagua Ambar Alejandra
C.I. 2450804733

DEDICATORIA

A nuestros padres, quienes con su amor, apoyo incondicional y sacrificios nos han brindado la oportunidad de alcanzar nuestros sueños. Gracias por enseñarnos el valor del esfuerzo y la perseverancia.

A nuestras familias, por su comprensión, paciencia y palabras de aliento en cada etapa de este camino. Su apoyo ha sido fundamental para llegar hasta aquí.

A nuestros amigos, por estar siempre presentes, compartiendo momentos de alegría y brindando su apoyo incondicional durante los desafíos. Su amistad ha sido un pilar en nuestras vidas.

A nuestros profesores y mentores, cuyas enseñanzas y orientación han sido cruciales para nuestro desarrollo académico y personal. Gracias por compartir su conocimiento y por su dedicación.

A todos aquellos que, de una manera u otra, han contribuido a nuestro crecimiento profesional y personal. Esta tesis es el resultado del esfuerzo conjunto y del apoyo recibido de cada uno de ustedes.

CASIERRA MEREJILDO JORGE FABRICIO

MORÁN PILLASAGUA AMBAR ALEJANDRA

AGRADECIMIENTOS

Yo Jorge Fabricio Casierra Merejildo quiero agradecer a Dios, porque me guio en este proceso de investigación, a mis padres que con esmero y desempeño se ve plasmado en sus rostros la felicidad de que su hijo haya culminado un proceso más, estudiantil, en lo que es mi vida, Gracias Papá Byron Daniel Tigrero y Mamá Antonia Maritza Merejildo, por poner sus vidas y desarrollos como ejemplo hacia mí, también quiero agradecer a mi pareja Nuria Ponce por siempre recalcarme que yo sí puedo que debo tener perseverancia y disciplina, que no me rinda que si lo voy a lograr este objetivo que ahora veo plasmado en todo este tiempo de estudio, como ultimo agradecimiento a los docentes que nos han acompañado en esta etapa estudiantil especialmente a la Lcda. Paola Elizabeth Cortez Clavijo PhD. Quien fue guía con su paciencia y recomendaciones para poder realizar la investigación de manera eficaz y productiva.

CASIERRA MEREJILDO JORGE FABRICIO

Querido Dios, a ti te agradezco por ser mi primer motor de fuerzas y por guiarme en este camino de aprendizaje y crecimiento. A mis queridos padres, Martha Pillasagua y Alejandro Moran, les agradezco por su constante apoyo y motivación en cada paso que he dado. También quiero agradecer a mi tía Yalena Pillasagua por su incondicional ayuda en todo momento. Sin ustedes, este logro no hubiera sido posible.

MORÁN PILLASAGUA AMBAR ALEJANDRA



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

La Libertad, 6 de **junio** del 2024

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, Ph.D
Directora de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la carrera de Comunicación, informo a usted que el (la) estudiante **Casierra Merejildo Jorge Fabricio** con cédula de identidad No **2400358095** y **Morán Pillasagua Ambar Alejandra** con cédula de identidad No **2450804733**, han cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“Estrategias comunicacionales para fomentar el turismo sostenible en la playa del malecón de La Libertad de la provincia de Santa Elena”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del/la autor(a), cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

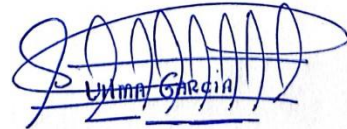
Paola Elizabeth Cortez Clavijo
DOCENTE TUTORA

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Lic. Lilian Susana Molina
Benavides, PhD.

**DIRECTORA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lcda. Vilma Maribel García González.

**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



Lic. Paola Elizabeth Cortez Clavijo,
Phd.

**DOCENTE TUTORA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Econ. Cynthia Nataly Espíndola
Vásquez, Mgtr.

**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Casierra Merejildo Jorge Fabricio

ESTUDIANTE



Morán Pillasagua Ambar Alejandra

ESTUDIANTE

ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA FOMENTAR EL TURISMO SOSTENIBLE EN LA PLAYA DEL MALECÓN DE LA LIBERTAD DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.

Casierra Merejildo Jorge Fabricio
Morán Pillasagua Ambar Alejandra

Código Orcid (1) 0000-0001-8389-7324
Código Orcid (2)

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera Gestión Social y Desarrollo

RESUMEN

Esta tesis se centra en identificar estrategias de comunicación efectivas para fomentar el turismo sostenible en la playa del Malecón de La Libertad, provincia de Santa Elena. El objetivo principal fue promover la conservación de los recursos naturales, generar beneficios socioeconómicos para la comunidad y concienciar sobre la importancia de preservar estos recursos para las futuras generaciones. Utilizando un enfoque integral y un diseño no experimental, se recolectaron datos mediante encuestas para describir los comportamientos de residentes y comerciantes, identificando el estado actual del turismo en la zona. Los resultados subrayaron la necesidad de mejorar la comunicación para promover prácticas turísticas sostenibles y la conservación del medio ambiente. La implementación de estas estrategias de comunicación podría contribuir significativamente al desarrollo sostenible y la preservación del patrimonio cultural y natural de La Libertad. Esta investigación proporciona una base sólida para futuras acciones destinadas a fortalecer el turismo sostenible en la región, equilibrando el crecimiento económico con la protección ambiental y el bienestar comunitario.

Palabras claves: Conciencia Ambiental, Estrategias Comunicacionales, Turismo Sostenible y Desarrollo Sostenible

COMMUNICATION STRATEGIES TO PROMOTE SUSTAINABLE TOURISM ON EL MALECÓN DE LA LIBERTAD EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.

ABSTRACT

This thesis focuses on identifying effective communication strategies to promote sustainable tourism at the Malecón beach in La Libertad, Santa Elena province. The primary goal was to encourage the conservation of natural resources, generate socioeconomic benefits for the community, and raise awareness about the importance of preserving these resources for future generations. Utilizing a comprehensive approach and a non-experimental design, data were collected through surveys to describe the behaviors of residents and merchants, identifying the current state of tourism in the area. The results highlighted the need to improve communication to promote sustainable tourism practices and environmental conservation. Implementing these communication strategies could significantly contribute to sustainable development and the preservation of La Libertad's cultural and natural heritage. This research provides a solid foundation for future actions aimed at strengthening sustainable tourism in the region, balancing economic growth with environmental protection and community well-being.

Keywords: Environmental Awareness, Communication Strategies, Sustainable Tourism, and Sustainable Development

INTRODUCCIÓN

Dentro de la provincia de Santa Elena, en Ecuador, se encuentra una playa emblemática situada en el malecón del cantón La Libertad. Esta playa, conocida por su belleza natural y su atractivo turístico, ha enfrentado desafíos en términos de sostenibilidad y conservación ambiental. La relevancia de este estudio radica en la necesidad de promover prácticas turísticas que no solo atraigan a más visitantes, sino que también aseguren la preservación del entorno natural y mejoren la calidad de vida de la comunidad local.

El objetivo general de esta investigación es identificar las estrategias comunicacionales efectivas en la promoción del turismo sostenible en la playa del malecón del cantón La Libertad. Además, se evaluarán las estrategias implementadas, se analizará el estado actual del turismo sostenible y sus retos medioambientales, y se determinarán las ventajas de aplicar estas estrategias comunicacionales.

Esta investigación se enmarca en la línea de comunicación, cultura y desarrollo social, específicamente en la sublínea de ecología y desarrollo ambiental. La metodología utilizada fue cuantitativa, proporcionando un análisis objetivo y riguroso de los resultados, basado en un diseño metodológico no experimental que permitió observar las variables en su estado natural. La población del estudio consistió en 150 personas, de las cuales se seleccionó una muestra de 100 habitantes y 50 comerciantes que participaron en las encuestas realizadas.

La estructura del trabajo se divide en cuatro capítulos, cada uno contribuye significativamente a la comprensión del problema investigado. El primer capítulo presenta el problema de investigación, las preguntas que guiarán el estudio y establece objetivos claros, tanto generales como específicos.

El segundo capítulo se centra en las bases teóricas, utilizando antecedentes a nivel internacional, nacional y local. Este marco teórico incluye investigaciones previas que abordan el tema, proporcionando un análisis crítico y claro sobre el turismo sostenible y las estrategias comunicacionales.

El tercer capítulo describe la metodología empleada, incluyendo las técnicas e instrumentos utilizados para la recopilación y análisis de los datos. Este capítulo es crucial para entender el enfoque y la precisión del estudio.

El cuarto capítulo concluye el proceso investigativo mediante un análisis riguroso y crítico de la información obtenida. Se revisan los resultados de cada pregunta planteada, y se proporciona una discusión fundamentada, acompañada de conclusiones y recomendaciones destinadas a mejorar el área estudiada.

Los cuatro capítulos ofrecen información validada y confiable, proporcionando una guía clara del proceso investigativo y los resultados obtenidos, lo que facilita la implementación de estrategias comunicacionales efectivas en el ámbito del turismo sostenible.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema de investigación.

La comunicación es una herramienta de interacción personal, mediante la cual el ser humano puede adquirir conocimiento a través de las relaciones con los demás, para provocar que lo común se ponga de manifiesto al público, provocando espacios de opinión en los cuales. El asertividad en el diálogo es importante. Todos los ámbitos, ya sea el familiar, social y laboral requieren comunicarse para resolver problemas en un momento determinado. En conexión con las estrategias comunicacionales, estas pueden fortalecer la sostenibilidad de proyectos en cualquier área, de manera especial se sostiene que la aplicación de ellas va a permitir el desarrollo del turismo sostenible en el cantón La Libertad, potencializando los recursos y generando atractivos.

Las estrategias comunicacionales para el turismo sostenible en la playa del Malecón de La Libertad, provincia de Santa Elena, abarcan un amplio espectro de métodos destinados a transmitir mensajes e información de manera efectiva a diversos segmentos de la población. Desde la difusión multicanal hasta la educación ambiental y la participación comunitaria, estas estrategias están en constante evolución para adaptarse a las necesidades cambiantes del turismo y del entorno natural, Frey(2018), "las estrategias comunicacionales han evolucionado desde métodos tradicionales, como el boca a boca y la impresión, hasta las plataformas digitales y las redes sociales, transformando radicalmente la manera en que las organizaciones y los individuos se comunican"(p. 31).

Los cambios en un determinado lugar no nacen de la nada, sino de proyectos estructurados en función de las necesidades de su entorno y de sus habitantes, por ello Vera (2023) enfatiza:

Las estrategias comunicacionales son una herramienta necesaria que permite concretar, transformar para brindar un mensaje de manera positiva hacia un público objetivo, asimismo es importante tomar en cuenta que el mensaje que se quiere dar debe estar alineado a los objetivos de la idea principal a mostrar (p.36).

Dentro de la provincia de Santa Elena existen mucha falencia de estrategia comunicacionales, exactamente en diferentes departamentos de servicios públicos, Cortez

(2011) expresa, “Los conflictos siempre se han dado, pero para evitar deben emplearse estrategias comunicacionales tanto interna como externa para poder mejorar y desarrollarse exitosamente” (p. 4,101).

Basándonos en lo anteriormente expuesto, se puede concluir que las estrategias de comunicación, al estar fundamentadas en las relaciones interpersonales, poseen el potencial de impulsar la difusión efectiva de información y servir como un medio eficaz para promover tanto productos como servicios. Este estudio resalta cómo la comunicación, al estar arraigada en las conexiones humanas, puede desempeñar un papel crucial en la promoción exitosa de productos y servicios al público objetivo, al tiempo que establece una conexión significativa con los destinatarios de dicha información.

El desarrollo turístico sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que se puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

El artículo científico Sostenibilidad sociocultural del turismo: propuestas para el cantón Playas. Provincia del Guayas, Ecuador nos certifica la necesidad de considerar los aspectos que fomentan un trabajo holístico y de preservar los recursos, Quintero (2015) al redactar que “la implicación directa de los gobernantes más cercanos a los ciudadanos (municipios y otras administraciones locales) y la participación de los agentes económicos y la sociedad civil es determinante para promover un binomio turista-residente que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos prácticas turísticas sostenibles”(p.34).

La provincia de Santa Elena destaca como un punto emblemático dentro del panorama turístico ecuatoriano, con especial relevancia en la zona geográfica del Cantón La Libertad, la cual se erige como un punto de referencia para otras localidades circundantes. Esta importancia se fundamenta en el hecho de que aquellos individuos que deseen acceder o salir de uno de los cantones más destacados por sus playas, necesariamente deben transitar por este cantón. Esta afirmación se basa en la geografía y la infraestructura vial de la región, donde la ubicación estratégica de La Libertad le otorga un papel central en la conectividad regional, sirviendo

como un nodo vital para el acceso a las distintas zonas costeras y su consiguiente impacto en el turismo local y nacional.

1.2. Formulación del problema de investigación.

¿Qué estrategias comunicacionales desarrollaría el turismo sostenible en el cantón la libertad de la provincia de Santa Elena?

Preguntas de investigación

¿Qué impacto tienen las estrategias comunicacionales para fomentar el turismo sostenible en la playa del malecón de la libertad?

¿Qué medidas se están tomando para abordar los diferentes retos medioambientales?

¿Cómo ha favorecido las estrategias comunicacionales implementadas en la playa del malecón de la libertad, para el fomento del turismo sostenible y cuáles son sus ventajas que se ha observado como resultado de su implementación?

1.3. Objetivos.

1.3.1. Objetivo general.

El objetivo principal de esta investigación es identificar las estrategias comunicacionales presentes en la promoción del turismo sostenible en la playa del malecón del cantón La Libertad, en la provincia de Santa Elena.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Evaluar las estrategias comunicacionales implementadas y enfocadas al turismo sostenible, en la playa del malecón de La Libertad.
- Analizar el estado actual del turismo sostenible, evaluando su nivel y los retos medioambientales presentes.
- Determinar las ventajas de la implementación de las estrategias comunicacionales.

1.4. Justificación de la investigación.

El estudio centrado en el turismo sostenible en la playa del Malecón, ubicada en el cantón La Libertad de Ecuador, surge como una respuesta esencial a la preocupante tendencia de disminución en la afluencia de turistas en un destino que alguna vez fue uno de los más populares del país. Este análisis exhaustivo no solo identifica los factores que han contribuido a este declive, como el deterioro del área turística y la falta de estrategias comunicacionales efectivas, sino que también propone soluciones concretas mediante la promoción del turismo sostenible. Este enfoque integral no solo aspira a revitalizar el área turística en cuestión, sino también a fomentar beneficios económicos y sociales para la comunidad local, al tiempo que promueve la conservación de los recursos naturales y culturales para las generaciones venideras.

La relevancia de esta investigación se manifiesta en su capacidad para abordar la problemática actual del declive del turismo en la zona, proporcionando respuestas concretas a través de estrategias comunicacionales adecuadas y la promoción de prácticas turísticas sostenibles. Su enfoque inclusivo busca involucrar a la comunidad local en la toma de decisiones sobre el desarrollo turístico, generando así un sentido de pertenencia y compromiso con la conservación del patrimonio natural y cultural de la región. En este sentido, la investigación no solo busca revitalizar la actividad turística en el Malecón, sino también sentar las bases para un modelo de turismo más sostenible y responsable en la región.

La pertinencia de este estudio se evidencia en su capacidad para proponer soluciones concretas a una problemática socioeconómica y ambiental real. Al abordar la disminución del turismo desde una perspectiva sostenible, la investigación no solo busca generar beneficios a corto plazo, sino también establecer las bases para un desarrollo turístico más equitativo y responsable que beneficie tanto a la comunidad local como al entorno natural y cultural de la zona. Además, al crear conciencia sobre la importancia de preservar los recursos naturales y culturales, la investigación aspira a garantizar la protección de estos activos para las generaciones futuras, promoviendo así la sustentabilidad a largo plazo del turismo en la región.

Hipótesis

La implementación de estrategias comunicacionales efectivas puede aumentar la conciencia sobre la importancia del turismo sostenible en la playa del malecón de La Libertad, lo que resultará en un mayor número de visitantes y un impacto positivo en la economía local y el medio ambiente.

Esta hipótesis se basa en la premisa de que una comunicación adecuada y una promoción efectiva pueden influir en el comportamiento de los turistas y fomentar prácticas sostenibles en el turismo. Además, se espera que el aumento del turismo sostenible tenga beneficios económicos y ambientales para la comunidad local y la región en su conjunto.

La investigación podría incluir la identificación de las prácticas actuales de turismo en la playa del malecón de La Libertad, el análisis de las estrategias comunicacionales existentes y su eficacia, y la evaluación de las posibles estrategias para fomentar el turismo sostenible en la zona.

Variable dependiente: Estrategias comunicacionales

Para comenzar (Vera, 2023), las estrategias comunicacionales son una herramienta necesaria que permite concretar, transformar para brindar un mensaje de manera positiva hacia un público objetivo, asimismo es importante tomar en cuenta que el mensaje que se quiere dar debe estar alineado a los objetivos de la idea principal a mostrar.

Variable independiente: Turismo sostenible

Con respecto a (Weaver D. , 2019), el turismo sostenible surgió como concepto en los años 80, como respuesta a los crecientes impactos ambientales y sociales negativos del turismo convencional, y ha ganado importancia a medida que la conciencia ambiental y la responsabilidad social han crecido a nivel mundial.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual.

2.2. Estrategias Comunicacionales

Las estrategias comunicacionales constituyen un aspecto crucial en el mundo de la comunicación y el marketing, donde la planificación y ejecución de mensajes dirigidos a públicos específicos juegan un papel central. Estas estrategias abarcan una amplia gama de actividades, incluyendo la selección de canales de comunicación, la creación de mensajes adaptados a distintos grupos demográficos, y la medición de la efectividad de los mensajes transmitidos.

En primer lugar Vera (2023) enfatiza que las estrategias comunicacionales son una herramienta necesaria que permite concretar, transformar para brindar un mensaje de manera positiva hacia un público objetivo, asimismo es importante tomar en cuenta que el mensaje que se quiere dar debe estar alineado a los objetivos de la idea principal a mostrar.

2.2.1. Teoría de la comunicación para el desarrollo

Primero Servaes (2012) señala “el modelo de difusión y modelo participativo, para poder relacionar esta teoría, con las estrategias comunicacionales, es importante tener en cuenta los principios fundamentales de participación comunitaria, diálogo abierto, empoderamiento y enfoque integral como la sostenibilidad de los recursos naturales” (p.22). Esto implica trabajar en colaboración con diversas partes interesadas y sectores para diseñar e implementar soluciones que aborden las diversas dimensiones del problema. Para lograr un impacto significativo en el desarrollo, donde se buscarán estrategias comunicacionales deben estar diseñadas de manera participativa, involucrando a los miembros de la comunidad en la planificación, implementación y evaluación de las actividades de comunicación.

2.2.1.1 Participación comunitaria

La participación comunitaria se define como el proceso mediante el cual los miembros de una comunidad se involucran activamente en la toma de decisiones, la planificación y la implementación de proyectos y actividades que afectan a su entorno local. Según Chavis (2021), "la participación comunitaria se refiere a la involucración de las personas en los asuntos que afectan directamente sus vidas, sus comunidades y sus entornos" (p. 3). Esta definición enfatiza el papel activo y colaborativo de los ciudadanos en la gestión y mejora de sus propias comunidades.

Características:

- **Voluntariedad:** La participación comunitaria se basa en la voluntad de los individuos de involucrarse en las actividades de su comunidad. Según (Verba, 2017), "la participación comunitaria es fundamentalmente un acto voluntario, que refleja el compromiso personal y el interés en el bienestar común" (p. 115).
- **Diversidad de Participantes:** Incluye la participación de una amplia gama de individuos y grupos con diferentes antecedentes y experiencias. Putnam (2020) destaca que "la diversidad de participantes enriquece el proceso de toma de decisiones y asegura que se consideren múltiples perspectivas" (p. 67).
- **Empoderamiento:** Fortalece la capacidad de los miembros de la comunidad para influir en las decisiones y acciones que afectan sus vidas. Zimmerman (2019) afirma que "el empoderamiento es un resultado clave de la participación comunitaria, ya que permite a los individuos y grupos ejercer mayor control sobre su entorno" (p. 581).
- **Desarrollo de Habilidades y Capacidades:** Contribuye al desarrollo de habilidades y capacidades tanto individuales como colectivas. Kretzmann (2023) explican que "la participación comunitaria no solo aborda problemas locales, sino que también desarrolla habilidades, conocimientos y confianza entre los miembros de la comunidad" (p. 392).

2.2.1.2 Promoción y difusión

El uso de medios tradicionales y digitales es una estrategia comunicacional adecuada esta ayudaría a concientizar a la comunidad sobre el turismo sostenible.

- **Tradicional:** Incluyen medios como la televisión, la radio y la prensa. Cornelissen (2020) menciona que "los medios tradicionales aún juegan un papel importante en las estrategias comunicacionales, especialmente para alcanzar audiencias amplias" (p. 88).
- **Digitales:** Uso de redes sociales, correo electrónico, y otros medios digitales. Kaplan (2020) destacan que "las estrategias digitales son esenciales en la era moderna, permitiendo una comunicación más directa y personalizada" (p. 60).

Características:

- **Corporativas:** Enfocadas en la comunicación de empresas y organizaciones. Argenti (2019) aclara que "las estrategias comunicacionales corporativas se centran en transmitir la misión, visión y valores de la empresa" (p. 95).
- **Publicitarias:** Relacionadas con la promoción de productos o servicios. Kotler (2016) explican que "las estrategias publicitarias son parte esencial del marketing mix, buscando estimular la demanda de productos o servicios" (p. 143).

De acuerdo con la clasificación se puede inferir que la clasificación de las estrategias permite seleccionar adecuadamente el tipo de estrategia comunicacional a utilizar, ya que depende de la necesidad y de la acción que este realizando la empresa para utilizar la adecuada y alcanzar los objetivos propuestos.

- **Informativas:** Buscan informar o educar al público. Smith (2018) indica que "las estrategias informativas se centran en proporcionar datos y conocimientos relevantes al público" (p. 55).
- **Persuasivas:** Orientadas a influir en actitudes o comportamientos. O'Keefe (2018) afirma que "las estrategias persuasivas son diseñadas para cambiar o reforzar las percepciones, actitudes o comportamientos del público" (p. 112).

2.2.2. La comunicación estratégica enactiva

El enfoque de la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE), según Massoni (2003), indica que “la utilización de metodologías, herramientas, técnicas dentro de las estrategias comunicacionales ayudan a proporcionar cambios sociales” (p.2). Lo que implica una comprensión profunda de cómo la comunicación puede influir en las percepciones, actitudes y comportamientos de las personas hacia determinados temas, como la sostenibilidad en el turismo.

En el contexto del turismo sostenible, el uso de la CEE puede ser fundamental para sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de preservar los recursos naturales y culturales, así como fomentar prácticas responsables que minimicen el impacto ambiental y promuevan el desarrollo económico y social de las comunidades locales.

La aplicación estratégica de diversas herramientas y técnicas de comunicación es fundamental para promover el turismo sostenible. Mediante campañas de sensibilización, educación y formación, alianzas estratégicas, tecnología y medios digitales, así como la narración de historias auténticas, se puede generar un impacto significativo en la conciencia y el comportamiento de los turistas, empresarios del sector y comunidades locales. Al integrar estas estrategias de manera coherente y coordinada, se puede avanzar hacia un modelo de turismo más responsable, que beneficie tanto al medio ambiente como a las poblaciones locales, asegurando la preservación de los recursos naturales y culturales para las generaciones futuras.

2.2.2.1. Evaluación y seguimiento

Para determinar la efectividad de las estrategias comunicacionales, es imperativo llevar a cabo una evaluación y seguimiento continuo. Esto implica comparar los impactos reales obtenidos con los objetivos planificados. Además, es crucial realizar un análisis exhaustivo y recopilación de información a medida que avanza el proyecto. Esta recopilación debe incluir datos sobre el alcance y la respuesta del público objetivo, así como cualquier retroalimentación recibida. Finalmente, se debe realizar una evaluación constante de la efectividad de la estrategia comunicacional, ajustando y refinando las tácticas según sea necesario para garantizar que se logren los resultados deseados. Esto implica analizar métricas y KPI para ajustar y mejorar la estrategia. Es importante que la estrategia pueda ser evaluada y medida en términos de su efectividad. Cornelissen (2020) sostiene que "la capacidad de medir y evaluar el impacto de la comunicación es esencial para ajustar y mejorar las estrategias" (p. 132).

Características:

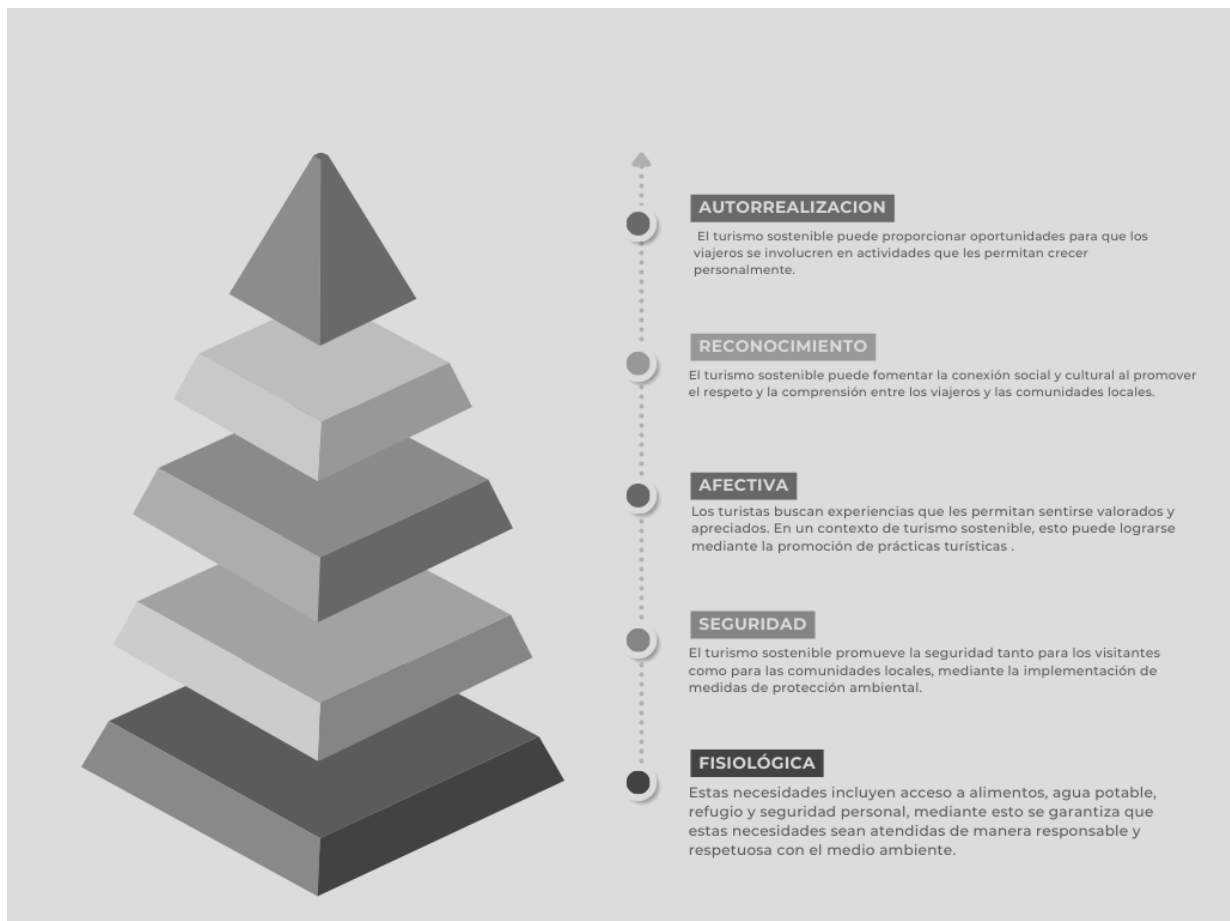
- **Mejora Continua y Evaluación:** Implica la evaluación regular de su efectividad y la adaptación a las necesidades cambiantes de la organización y sus empleados. Smidts (2021) sugieren que "la evaluación constante y la mejora de la comunicación interna son fundamentales para mantenerla relevante y efectiva" (p. 105).
- **Adaptabilidad y Flexibilidad:** Debe ser capaz de adaptarse a los cambios en el entorno y las expectativas de los públicos. Kaplan (2020) destacan que "la adaptabilidad es esencial en la era digital para responder a las dinámicas cambiantes de la comunicación" (p. 62).
- **Sostenibilidad y Autonomía:** Promueve soluciones sostenibles y la autonomía de la comunidad. Según Matarasso (2019), "la sostenibilidad es un objetivo fundamental de la participación comunitaria, asegurando que las iniciativas y proyectos tengan un impacto duradero" (p. 84).

2.3. Turismo sostenible

El turismo sostenible se caracteriza por su enfoque en minimizar el impacto negativo en el medio ambiente y en la cultura local, mientras promueve el desarrollo económico y social de las comunidades receptoras. Esta forma de turismo busca equilibrar la satisfacción de los visitantes con la preservación de los recursos naturales y culturales a largo plazo. Esto implica adoptar prácticas responsables en todas las etapas del viaje, desde la planificación y gestión de destinos hasta las actividades recreativas y la interacción con la comunidad local. Al promover la conservación del entorno natural, la protección del patrimonio cultural y el respeto a las tradiciones locales, el turismo sostenible no solo contribuye a la preservación de los destinos turísticos, sino que también fomenta una relación armoniosa entre los turistas y las comunidades anfitrionas. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo sostenible debe "responder a las necesidades de los turistas y las regiones receptoras, al tiempo que protege y mejora las oportunidades para el futuro" (Organización Mundial del Turismo (OMT), 2020).

2.3.1. Teoría de la satisfacción

En esta teoría Maslow plantea, que las personas tienen una serie de necesidades que deben satisfacerse en orden jerárquico desde las necesidades básicas hasta las de autorrealización, de manera que la podemos relacionar con el turismo sostenible ya que se debe garantizar necesidades sean atendidas de manera responsable y respetuosa con el medio ambiente y las comunidades locales, de manera que este busca promover la seguridad con medidas de protección ambiental, la prevención del crimen y la promoción de la estabilidad económica, en un contexto de turismo sostenible, esto puede lograrse mediante la promoción de prácticas turísticas responsables que reconozcan y respeten el patrimonio cultural y natural de un destino, así como el apoyo a iniciativas locales que mejoren la calidad de vida de las comunidades, donde podemos ver la necesidades de estima y sea por parte de los turistas , comerciantes y habitantes.



Nota: Adaptado por Casierra, Moran (2024).

2.3.1.1. Educación y Sensibilización:

Para promover el turismo sostenible tenemos dos autores que nos expresan estas dos definiciones.

La educación se define como el proceso de facilitar el aprendizaje, o la adquisición de conocimientos, habilidades, valores, creencias y hábitos. Dewey (2019) describe la educación como "el proceso de formación fundamental mediante el cual se transmiten conocimientos, habilidades y valores de una generación a otra" (p. 9).

Por otro lado, la sensibilización implica el aumento de la conciencia o comprensión sobre un tema particular, especialmente aquellos relacionados con temas sociales, ambientales o de salud. Según Freire (2017), "la sensibilización es un proceso crítico a través del cual los individuos se vuelven conscientes de aspectos sociales, políticos o ambientales, permitiendo una mayor comprensión y acción" (p. 27).

Características:

- **Proceso Sistemático y Estructurado (Educación):** La educación se caracteriza por ser un proceso sistemático y estructurado de enseñanza y aprendizaje. Dewey (2019) describe la educación como "un proceso continuo y gradual, en el cual se siguen métodos pedagógicos para facilitar el aprendizaje" (p. 15). Esto implica una planificación y una metodología definidas para transmitir conocimientos y habilidades.
- **Enfoque en Concienciación y Comprensión (Sensibilización):** La sensibilización se centra en aumentar la conciencia y la comprensión de temas específicos. Freire (2017) señala que "la sensibilización busca despertar una conciencia crítica sobre cuestiones importantes, llevando a una mayor comprensión y posiblemente a la acción" (p. 36). Este enfoque se orienta más hacia el cambio de actitudes y percepciones.
- **Amplitud y Diversidad de Contenidos (Educación):** La educación abarca una amplia gama de temas y disciplinas. Piaget (2020) sostiene que "la educación debe ser integral, abarcando una amplia gama de temas y áreas de conocimiento" (p. 22).
- **Enfoque Específico y Orientado a la Acción (Sensibilización):** La sensibilización suele estar dirigida a temas específicos, con un enfoque orientado a la acción. Rogers (2018) explica que "la sensibilización es más efectiva cuando se enfoca en temas específicos y promueve acciones concretas" (p. 47).

2.3.1.2 Conciencia Ambiental

Tanto para los turistas como para los locales, el turismo sostenible involucra sobre la importancia del medio ambiente, la cultura y la sostenibilidad. De la misma manera el código ético mundial del turismo establece principios de sostenibilidad para los proyectos con enfoque en esta área, Benito (2019) indica “Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras” (p. 78).

Características:

El turismo sostenible posee características distintivas que lo diferencian de otras formas de turismo. Según Weaver D. B., (2017), algunas de estas características incluyen:

- **Mínimo Impacto Ambiental:** Esto implica prácticas que reducen la huella ecológica del turismo, como el uso de energías renovables, la reducción de residuos y la conservación de la biodiversidad.
- **Respeto y Valorización de la Cultura Local:** El turismo sostenible promueve la autenticidad cultural, apoyando la conservación de las tradiciones y patrimonios culturales y evitando la comercialización y el deterioro de estas culturas.
- **Beneficios Económicos para las Comunidades Locales:** Una característica esencial es que el turismo debe contribuir al bienestar económico de la comunidad local, asegurando que una parte significativa de los ingresos generados se quede en la región.
- **Educación y Conciencia:** Tanto para los turistas como para los locales, el turismo sostenible involucra educar sobre la importancia del medio ambiente, la cultura y la sostenibilidad.

Enfoque en la Reducción de Vulnerabilidades y Aumento de la Resiliencia:

Se centra en reducir la vulnerabilidad de los sistemas humanos y naturales y aumentar su resiliencia. Turner (2020) indican que "el objetivo principal de la adaptación es reducir la vulnerabilidad y aumentar la capacidad de resistencia de los sistemas ante los efectos adversos del cambio climático" (p. 197).

2.3.2. La responsabilidad social corporativa

La responsabilidad social corporativa, Porter y Kramer (2006), expresan sobre una visión ética en las empresas se socializa esta teoría con diferentes empresas con destinos turísticos donde pueden ejecutar principios de RSC para dar a conocer o comunicar las importancias del turismo sostenible. Esto implica el desarrollo de estrategias comunicacionales para promover el bienestar de las comunidades locales.

2.3.2.1. Colaboración Interinstitucional

Siempre es importante tener ayuda e ideas de otros grupos para velar el bienestar de un lugar para poder lograr eso también se requiere la colaboración entre diferentes actores, incluidos gobiernos, comunidades locales, empresas y organizaciones no gubernamentales. Smit (2016) destacan que "la adaptación eficaz al cambio climático requiere la participación y cooperación de una variedad de actores a diferentes niveles" (p. 282).

Características:

Confianza: La confianza es algo que poco se ve entre instituciones ejemplo la ciudadanía con el gobierno, Morale (2019) enfatiza "La confianza entre instituciones va en decadencia, algo que está mal porque los que se ven afectados son las personas de bajo recurso que ven estas instituciones como representación de la democracia" (p. 19).

Respeto mutuo: El respeto mutuo para que exista una colaboración interinstitucional es fundamental, Murillo (2020) explica "El respeto mutuo incide significativamente en el desarrollo ético dentro de un grupo social" (p. 7), esto ayudaría a mejorar y que diferentes empresas se incentiven a colaborar con el desarrollo y mejoramiento del turismo sostenible.

2.3. Fundamentación teórica y Conceptual.

Participación Comunitaria

Se enfoca en el trabajo colaborativo y la cooperación entre los miembros de la comunidad y, a menudo, con entidades externas como gobiernos locales o ONGs. Mattessich (2017) señalan que "la colaboración es esencial en la participación comunitaria, ya que fomenta la sinergia y la eficiencia en la resolución de problemas locales" (p. 23).

Evaluación y seguimiento

La evaluación y seguimiento son importantes para verificar si los objetivos se están cumpliendo de manera eficaz, Keylar (2024) indica que “Las evaluaciones son pilares fundamentales para mantener el control y que esta se desarrolle de manera más eficaz” (p. 23).

Promoción y difusión

Para la promoción y difusión el uso del marketing es una herramienta mayor usada, Ulloa (2024), indica “Numerosas empresas del sector turístico utilizan distintos tipos de marketing para promocionar sus ofertas turísticas y culturales. Es decir, el marketing facilita la conexión entre los turistas y las empresas o individuos que poseen la alta capacitación necesaria para brindar un servicio turístico de calidad” (p. 38).

Educación y Sensibilización:

La educación busca el desarrollo de habilidades cognitivas y prácticas. (Bruner, 2019) afirma que "la educación no es solo la adquisición de conocimientos, sino también el desarrollo de habilidades, competencias y pensamiento crítico" (p. 18).

La sensibilización se centra en aumentar la conciencia y la comprensión de temas específicos. Freire (2017) señala que "la sensibilización busca despertar una conciencia crítica sobre cuestiones importantes, llevando a una mayor comprensión y posiblemente a la acción" (p. 36). Este enfoque se orienta más hacia el cambio de actitudes y percepciones.

Conciencia Ambiental

La obtención de habilidades de conciencia ambiental va más allá de simplemente adquirir conocimientos teóricos sobre la naturaleza. Se trata de un proceso completo que implica entender las interrelaciones entre las acciones humanas y el medio ambiente, así como fomentar valores, actitudes y comportamientos que sean sostenibles. Los estudiantes universitarios, como futuros profesionales y líderes, tienen un papel fundamental en promover prácticas ambientales responsables y en buscar soluciones innovadoras para los desafíos ecológicos y sociales. (Miranda et al., 2021).

Colaboración Interinstitucional

Siempre es importante de la ayuda de diferentes empresas tanto gubernamentales como la que no porque ayudan a crecer y desarrollarse de manera efectiva porque se tiene un solo

propósito, Ferrari (2024) expresa que “la colaboración interinstitucional ayudara al crecimiento y conservación de la región” (p 11).

MARCO LEGAL

Estrategias comunicacionales

En la Constitución Política de la República del Ecuador, en el Título II: Derechos, Sección tercera donde se refiere sobre la Comunicación e información:

Art. 16. Dice: Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
- El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
- La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
- El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
- Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.
- La enseñanza de las Relaciones Públicas en nuestro país y en especial en la ciudad de Quito, se encuentra a nivel superior, en varias universidades: Universidad Central del Ecuador, Internacional del Ecuador, Universidad Tecnológica Equinoccial, Universidad de especialidades Turísticas. Como se podrá anotar, su enseñanza se ha generalizado, en consecuencia, su ejercicio, también se ha extendido a nivel público y privado en diferentes instancias administrativas de las organizaciones.

Turismo sostenible

Art. 20.- Será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso, y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley.

El Ministerio de Turismo deberá sujetarse a los planes de manejo ambiental de las áreas naturales protegidas, determinadas por el Ministerio del Ambiente.

Las actividades turísticas y deportivas en el territorio insular de Galápagos se regirán por la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos y el Estatuto Administrativo del Parque Nacional Galápagos.

Art. 21.- Serán áreas turísticas protegidas aquellas que mediante Decreto Ejecutivo se designen como tales. En el Decreto se señalarán las limitaciones del uso del suelo y de bienes inmuebles. Quedan excluidas aquellas actividades que afecten el turismo por razones de seguridad, higiene, salud, prevención y preservación ambiental o estética.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Fundamentación

Este estudio adoptó un enfoque cuantitativo que se fundamenta en la recopilación y análisis de datos numéricos, permitiendo una evaluación objetiva y rigurosa de las estrategias comunicacionales dirigidas al fomento del turismo sostenible en la playa del malecón de La Libertad. La técnica empleada para este propósito fue la encuesta, una herramienta reconocida por su capacidad para obtener información directa de la población de interés. A través de un diseño cuidadosamente estructurado, se pudo verificar de manera eficiente y sistemática el impacto de las estrategias comunicacionales actuales y su importancia respecto a la sostenibilidad en esta zona costera. Este enfoque metodológico proporciona una base sólida para la comprensión de las dinámicas del turismo sostenible en el contexto específico del malecón de La Libertad, facilitando así la identificación de áreas de mejora y la toma de decisiones informadas para la gestión y promoción adecuada de este importante recurso turístico.

3.2. Tipo de investigación.

El paradigma de la investigación pura, cuyo propósito principal radica en el avance del conocimiento teórico sin enfocarse en resolver problemas prácticos de forma inmediata. En este contexto, el estudio se dedica a profundizar en la comprensión de las estrategias de promoción del turismo sostenible en la playa del malecón La Libertad. A través de un análisis exhaustivo de las prácticas comunicacionales en este contexto específico, se ha generado información valiosa que contribuye significativamente al cuerpo de conocimientos existente en el campo. Al examinar minuciosamente los fenómenos, procesos y relaciones implicados, la investigación pura sienta una base sólida para investigaciones futuras y posibles aplicaciones prácticas en el ámbito del turismo sostenible y la comunicación estratégica.

Como señala Hernández (2018), este enfoque investigativo "tiene como objetivo principal el desarrollo y la revisión de teorías, contribuyendo así al avance continuo de la ciencia "(p. 5). En otras palabras, se refiere a los datos e información obtenidos mediante la observación en este estudio. Esto sugiere que la investigación básica es esencial para el avance científico y tecnológico, ya que proporciona los fundamentos teóricos y conceptuales

necesarios para investigaciones posteriores aplicadas o el desarrollo tecnológico. La importancia de este tipo de investigación radica en su capacidad para ampliar nuestra comprensión del mundo y generar nuevas preguntas y áreas de estudio.

El diseño utilizado en este estudio es no experimental, dado que no se manipularon las variables de estudio. En su lugar, se observaron y analizaron los fenómenos tal como ocurren naturalmente, sin intervenir en ellos, proporcionando información útil para identificar patrones y tendencias relacionadas con las variables de estudio.

Alcance de investigación

El alcance de esta investigación se enfocó en describir los comportamientos tanto de los residentes como de los comerciantes ubicados en la playa del malecón de La Libertad. Para lograr este objetivo, se llevó a cabo un estudio descriptivo del contexto mencionado, centrándose en analizar el comportamiento de la población con el fin de promover la conservación de los recursos naturales y generar beneficios socioeconómicos. A través de esta investigación, se detallaron diversas opiniones recabadas mediante la aplicación de una encuesta, lo que permitió identificar las deficiencias existentes y analizar el estado actual del turismo sostenible en la zona.

En este sentido, se buscó determinar las ventajas y desafíos relacionados con la implementación de estrategias comunicacionales efectivas en el ámbito del turismo sostenible. Este enfoque metodológico proporcionó una visión integral de la situación actual, permitiendo identificar áreas de mejora y potenciales oportunidades para fortalecer las acciones orientadas hacia un desarrollo turístico más sostenible y equitativo en la playa del malecón de La Libertad.

Población, muestra y periodo de estudio

Dado que la población de estudio, compuesta por los residentes y comerciantes de la playa del malecón de La Libertad, es teóricamente infinita, se optó por emplear un enfoque de muestreo por conveniencia. En este sentido, se seleccionaron 100 habitantes y 50 comerciantes del lugar que estuvieron disponibles para participar y responder a la encuesta aplicada. Esta

estrategia de muestreo se eligió por su practicidad y viabilidad dentro del marco de recursos y tiempo disponibles para la investigación. Aunque no se obtuvo una cifra exacta de la población total, la muestra obtenida se consideró representativa y proporcionó una visión significativa de las opiniones y comportamientos de los residentes y comerciantes en relación con el turismo sostenible en la zona del malecón de La Libertad.

Población Objetivo:

- 100 habitantes.
- 50 comerciantes.

Método de Muestreo: Dado que la población es menor de 100 habitantes y comerciantes residentes, se utiliza un muestreo no probabilístico.

Tamaño de la Muestra: Se seleccionan las mismas 100 habitantes y 50 comerciantes de la población como muestra para el estudio.

Consideraciones Adicionales

- **Tipo de Muestreo:** Al ser una muestra no probabilística, los mismos sujetos seleccionados representan la totalidad de la muestra.
- **Planificación y Ejecución:** Se enfatiza que la planificación y ejecución del estudio siguieron el cronograma establecido, permitiendo un seguimiento sistemático del progreso del proyecto.

3.3. Fuentes de datos

La investigación se apoyó en una amplia variedad de fuentes de datos, tanto bibliográficas como de campo. Esta estrategia permitió obtener una comprensión integral del tema de estudio, al combinar el conocimiento teórico existente con la información recabada directamente en el terreno. Las fuentes bibliográficas proporcionaron un marco teórico sólido, basado en trabajos previos de investigadores y expertos en el área, es por eso, que Catota, Cronejo (2024), expresan “el analisis bibliografico facilita la recoleccion de datos, fuentes relevantes para crear una bases solididad para la ampliacion y mejora de conceptos para impulsar una propuesta” (p 4).

Por otro lado, las fuentes de campo permitieron obtener datos específicos y contextualizados sobre el comportamiento de los residentes y comerciantes en la playa del malecón de La Libertad. Esta combinación de fuentes proporcionó una base sólida para el análisis y la interpretación de los resultados, asegurando la validez y relevancia de la investigación.

Técnicas e instrumentos de levantamiento de información / Procesamiento de bases de datos

En este estudio, se empleó la técnica de encuesta debido a su amplia aceptación y uso en la literatura académica. Autores como Babbie (2017) ofrecen una perspectiva detallada sobre esta técnica, describiéndola como un método de recolección de datos que permite obtener información de un grupo de individuos. Esta información se recopila mediante un instrumento estandarizado, generalmente un cuestionario, el cual puede ser autoadministrado o administrado por el investigador.

Para asegurar la validez y fiabilidad de la encuesta, se llevó a cabo un pilotaje inicial con la participación de 20 individuos locales, distribuidos equitativamente entre habitantes y comerciantes. Este piloto fue sometido a validación por parte de expertos en el campo, quienes evaluaron su estructura y contenido. Además, se realizó un análisis de la confiabilidad del instrumento mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, arrojando un resultado altamente satisfactorio de 0.94. Este coeficiente confirma la consistencia interna y la fiabilidad del cuestionario utilizado en la encuesta.

Con base en los resultados exitosos obtenidos durante la fase piloto, se procedió a aplicar la encuesta al público objetivo, compuesto por 100 habitantes y 50 comerciantes de la zona del Malecón de La Libertad. Este riguroso proceso de validación garantiza la calidad de los datos recopilados y fortalece la credibilidad de los resultados obtenidos en la investigación. La participación de una muestra representativa de la población local, así como la confirmación de la confiabilidad del instrumento utilizado, brindan una base sólida para la interpretación y análisis de los datos recabados durante el estudio.

Comprobación de hipótesis

La hipótesis presentada es sólida, respaldada por un razonamiento lógico y coherente con los objetivos de promover prácticas turísticas sostenibles en la playa del Malecón de La Libertad. La afirmación de que la implementación de estrategias comunicacionales efectivas

puede incrementar la conciencia sobre el turismo sostenible en la zona, lo que a su vez resultaría en un aumento de visitantes y un impacto positivo en la economía local y el medio ambiente, se sostiene mediante varios puntos clave.

En primer lugar, la conexión entre la implementación de estrategias comunicacionales y el aumento de la conciencia sobre el turismo sostenible es coherente con la lógica de que una comunicación efectiva puede informar, educar y sensibilizar a las personas sobre la importancia de prácticas turísticas responsables y sostenibles. Esto se puede lograr mediante campañas de concienciación, difusión de información sobre buenas prácticas y promoción de la preservación del entorno natural.

En segundo lugar, la relación entre una mayor conciencia sobre el turismo sostenible y un aumento en el número de visitantes se basa en la idea de que los turistas están cada vez más interesados en experiencias de viaje auténticas y respetuosas con el medio ambiente. Una playa que se promociona como un destino turístico sostenible puede atraer a un segmento de mercado más amplio y comprometido con la sostenibilidad, lo que resultaría en un aumento de la afluencia de turistas.

Por último, la conexión entre un mayor número de visitantes y un impacto positivo en la economía local y el medio ambiente se sustenta en la noción de que un aumento en el turismo puede generar ingresos adicionales para los negocios locales y contribuir al desarrollo económico de la comunidad. Además, si estos ingresos se gestionan adecuadamente, pueden reinvertirse en proyectos de conservación y preservación del entorno natural, lo que beneficia tanto a la comunidad como al medio ambiente.

La hipótesis se verifica al considerar la relación causal entre la implementación de estrategias comunicacionales efectivas, el aumento de la conciencia sobre el turismo sostenible, el incremento de visitantes y los impactos positivos en la economía local y el medio ambiente. Estos puntos se apoyan en la coherencia lógica y en las tendencias observadas en el contexto del turismo sostenible.

3.4 Operacionalización de las variables

Tema: Estrategias comunicacionales para fomentar el turismo sostenible en la playa del malecón de la libertad de la provincia de santa elena.

Variable(s)	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	
<p>Variable Independiente: Estrategias Comunicacionales</p>	<p>Para comenzar (Vera, 2023), las estrategias comunicacionales son una herramienta necesaria que permite concretar, transformar para brindar un mensaje de manera positiva hacia un público objetivo, asimismo es importante tomar en cuenta que el mensaje que se quiere dar debe estar</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conciencia ambiental - Población y difusión - Educación y sensibilización 	<ul style="list-style-type: none"> - Diversidad de Participantes - Medición y Evaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los mensajes de las estrategias comunicacionales han aumentado mi conciencia sobre la importancia de conservar el medio ambiente en la playa del malecón de La Libertad. - Las estrategias comunicacionales han contribuido a sensibilizar a los turistas y la comunidad local sobre los problemas ambientales en la playa del malecón. - La información proporcionada a través de las estrategias comunicacionales ha sido útil para entender las actividades y eventos relacionados con el turismo sostenible en la playa del malecón. - Las estrategias comunicacionales utilizadas para promover el turismo sostenible en la playa del malecón han sido efectivas en llegar a una amplia audiencia. - Las iniciativas de educación y sensibilización promovidas por las estrategias comunicacionales han 	<p>Técnica</p> <p>Cuestionario</p>	<p>Instrumento</p> <p>Encuestas</p>

	alineado a los objetivos de la idea principal a mostrar.			<p>mejorado mi comprensión sobre las prácticas sostenibles en el turismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Considero importante que las estrategias comunicacionales continúen educando a la comunidad sobre los beneficios del turismo sostenible en la playa del malecón 		
<p>Variable Depende: Turismo sostenible</p>	<p>Con respecto a (Weaver D. , 2019), el turismo sostenible surgió como concepto en los años 80, como respuesta a los crecientes impactos ambientales y sociales negativos del turismo convencional, y ha ganado importancia a medida que la</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Participación comunitaria - Colaboración Interinstitucional - Evaluación y Seguimiento 	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de Habilidades y Competencias (Educación) - Responsabilidad Colaboración y Cooperación - Selección de Canales Adecuados 	<ul style="list-style-type: none"> - Las estrategias comunicacionales han fomentado la participación de la comunidad en la planificación y gestión del turismo sostenible en la playa del malecón. - Siento que mis opiniones y sugerencias sobre el turismo sostenible en la playa del malecón son consideradas en las acciones promovidas por las estrategias comunicacionales. - La cooperación entre diferentes actores involucrados en el turismo sostenible en la playa del malecón ha sido evidente gracias a las estrategias comunicacionales implementadas. - Considero importante que las instituciones continúen colaborando para mejorar la sostenibilidad del turismo en la playa del malecón, 		

	<p>conciencia ambiental y la responsabilidad social han crecido a nivel mundial.</p>			<p>como se promueve a través de las estrategias comunicacionales. experiencia práctica en periodismo de investigación para los estudiantes de la UPSE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cree que es necesario evaluar regularmente la efectividad de las estrategias comunicacionales en el fomento del turismo sostenible en la playa del malecón. - Las estrategias comunicacionales deberían incluir un seguimiento continuo para asegurar que se estén logrando los objetivos de turismo sostenible en la playa del malecón. <p style="text-align: center;">-</p>		
--	--	--	--	--	--	--

4 ANÁLISIS DE RESULTADOS

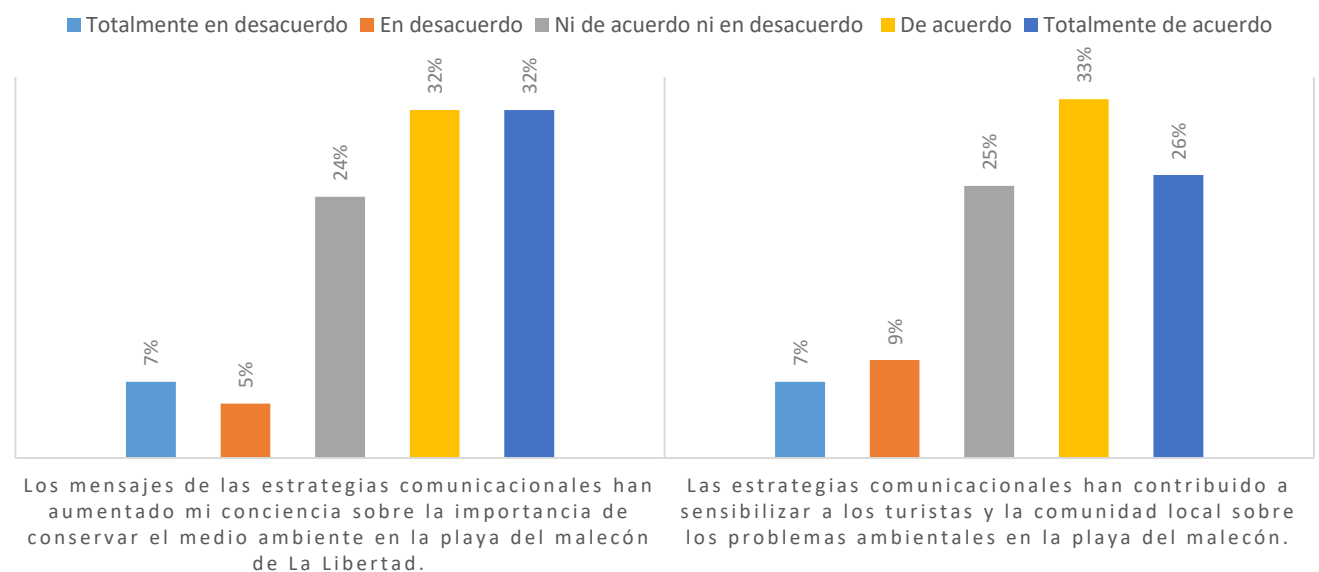
Este capítulo se enfocó mediante la aplicación de una encuesta con la escala de Likert, junto con la recopilación de datos demográficos como edad, sexo y ocupación, se buscó comprender las percepciones y opiniones de los participantes en relación con el turismo sostenible en esta zona costera. Este informe se centra en examinar detalladamente los hallazgos obtenidos, incluyendo la distribución por grupos de edad, la representación de género y la composición ocupacional de la muestra, con el fin de proporcionar una visión clara y precisa sobre las actitudes y preferencias de los habitantes y comerciantes del malecón de La Libertad.

Tabla 1 Conciencia Ambiental

DETALLE	Los mensajes de las estrategias comunicacionales han aumentado mi conciencia sobre la importancia de conservar el medio ambiente en la playa del malecón de La Libertad.		Las estrategias comunicacionales han contribuido a sensibilizar a los turistas y la comunidad local sobre los problemas ambientales en la playa del malecón.	
	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	11	7%	11	7%
En desacuerdo	7	5%	13	9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	36	24%	38	25%
De acuerdo	48	32%	49	33%
Totalmente de acuerdo	48	32%	39	26%
TOTAL	150	100%	150	100%

Fuente: Habitantes y Comerciantes del malecón de La Libertad
Elaborado por: Casierra y Moran (2024).

Figura 1 Conciencia ambiental



Análisis:

Los resultados de la encuesta indican que las estrategias comunicacionales han tenido un impacto significativo en la conciencia ambiental y la sensibilización sobre los problemas

ambientales en la playa del malecón de La Libertad. Sin embargo, también señalan áreas de oportunidad para fortalecer estas iniciativas y asegurar una mayor participación y compromiso de la comunidad local y los turistas en la conservación del medio ambiente en esta importante zona costera.

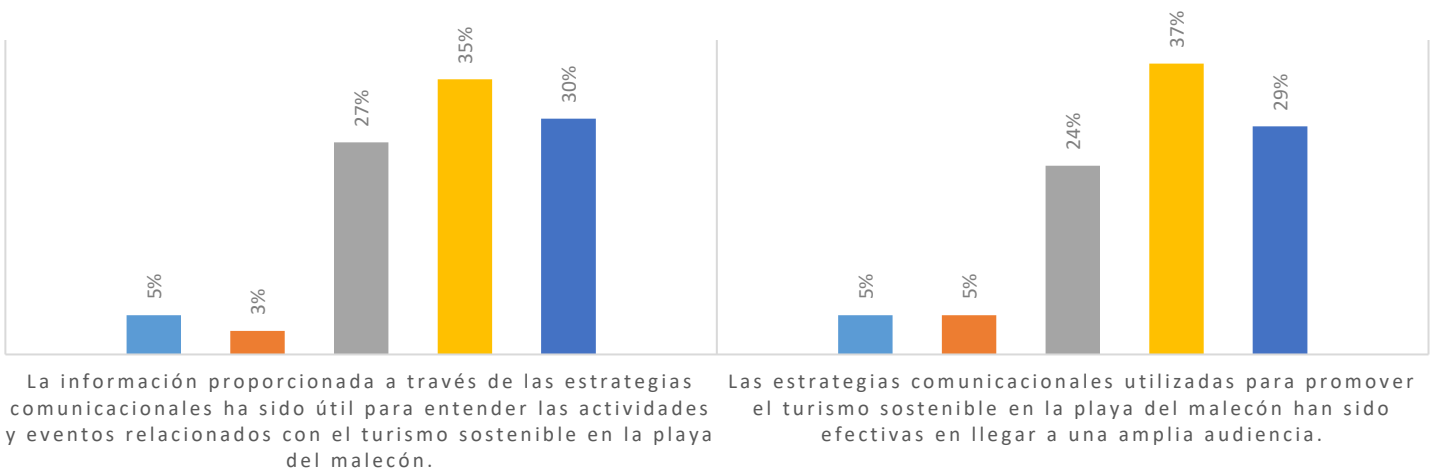
Tabla 2 Población y Difusión

DETALLE	La información proporcionada a través de las estrategias comunicacionales ha sido útil para entender las actividades y eventos relacionados con el turismo sostenible en la playa del malecón.		Las estrategias comunicacionales utilizadas para promover el turismo sostenible en la playa del malecón han sido efectivas en llegar a una amplia audiencia.	
	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	7	5%	8	5%
En desacuerdo	4	3%	7	5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	41	27%	36	24%
De acuerdo	53	35%	56	37%
Totalmente en de acuerdo	45	30%	43	29%
TOTAL	150	100%	150	100%

Fuente: Habitantes y Comerciantes del malecón de La Libertad
Elaborado por: Casierra y Moran

Figura 2 Población y Difusión

■ Totalmente en desacuerdo ■ En desacuerdo ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo ■ De acuerdo ■ Totalmente en de acuerdo



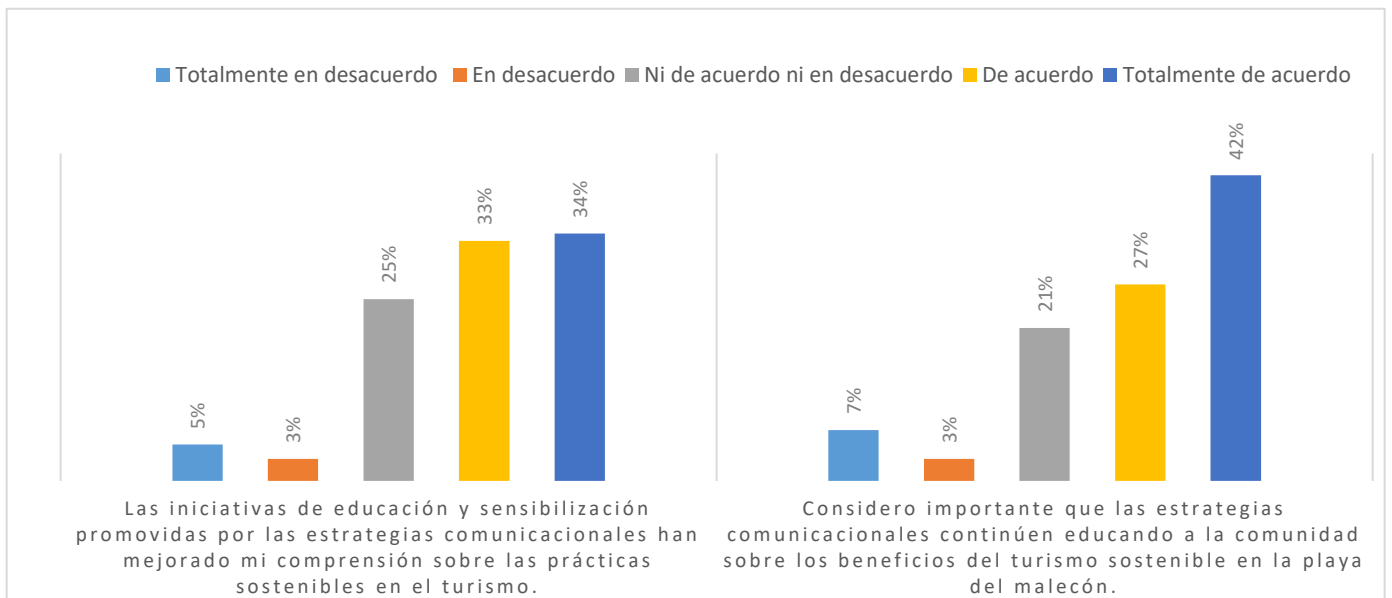
Análisis:

Los resultados de la encuesta sugieren que las estrategias comunicacionales relacionadas con el turismo sostenible en la playa del malecón de La Libertad están cumpliendo en gran medida su objetivo de proporcionar información útil y llegar a una audiencia considerable. Sin embargo, también señalan áreas de mejora, especialmente en cuanto a la efectividad de llegar a una audiencia más amplia y la necesidad de optimizar la difusión del mensaje sobre turismo sostenible en la comunidad local y entre los turistas.

Tabla 3 Educación y Sensibilización

DETALLE	Las iniciativas de educación y sensibilización promovidas por las estrategias comunicacionales han mejorado mi comprensión sobre las prácticas sostenibles en el turismo.		Considero importante que las estrategias comunicacionales continúen educando a la comunidad sobre los beneficios del turismo sostenible en la playa del malecón.	
	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	7	5%	11	7%
En desacuerdo	5	3%	4	3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	25%	32	21%
De acuerdo	49	33%	40	27%
Totalmente de acuerdo	51	34%	63	42%
TOTAL	150	100%	150	100%

Figura 3 Educación y Sensibilización



Fuente: Habitantes y Comerciantes del malecón de La Libertad
Elaborado por: Casierra y Moran (2024).

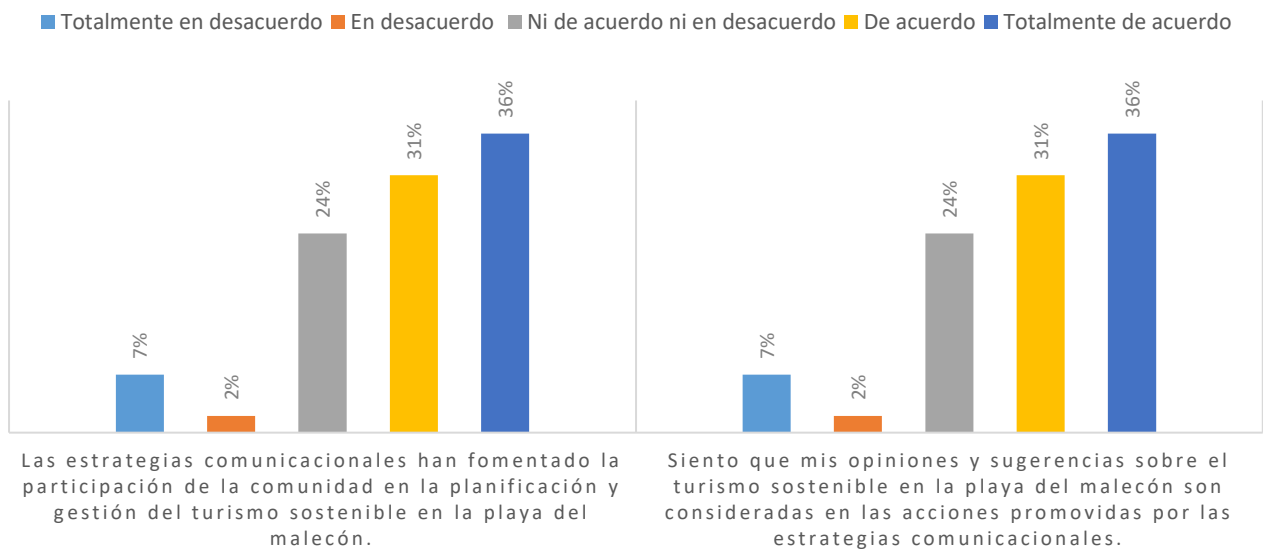
Análisis:

Los resultados de la encuesta muestran una tendencia positiva hacia la efectividad de las estrategias comunicacionales en la promoción de la educación y la sensibilización sobre el turismo sostenible. Sin embargo, también señalan áreas de oportunidad para mejorar y ajustar estas iniciativas con el fin de llegar a una mayor parte de la comunidad y abordar las preocupaciones de aquellos que no están totalmente convencidos de su eficacia o importancia.

Tabla 4 Participación Comunitaria

DETALLE	Las estrategias comunicacionales han fomentado la participación de la comunidad en la planificación y gestión del turismo sostenible en la playa del malecón.		Siento que mis opiniones y sugerencias sobre el turismo sostenible en la playa del malecón son consideradas en las acciones promovidas por las estrategias comunicacionales.	
	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	10	7%	10	7%
En desacuerdo	3	2%	3	2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	36	24%	36	24%
De acuerdo	47	31%	47	31%
Totalmente de acuerdo	54	36%	54	36%
TOTAL	150	100%	150	100%

Figura 4 Participación Comunitaria



Las estrategias comunicacionales han fomentado la participación de la comunidad en la planificación y gestión del turismo sostenible en la playa del malecón.

Siento que mis opiniones y sugerencias sobre el turismo sostenible en la playa del malecón son consideradas en las acciones promovidas por las estrategias comunicacionales.

Fuente: Habitantes y Comerciantes del malecón de La Libertad
Elaborado por: Casierra y Moran (2024).

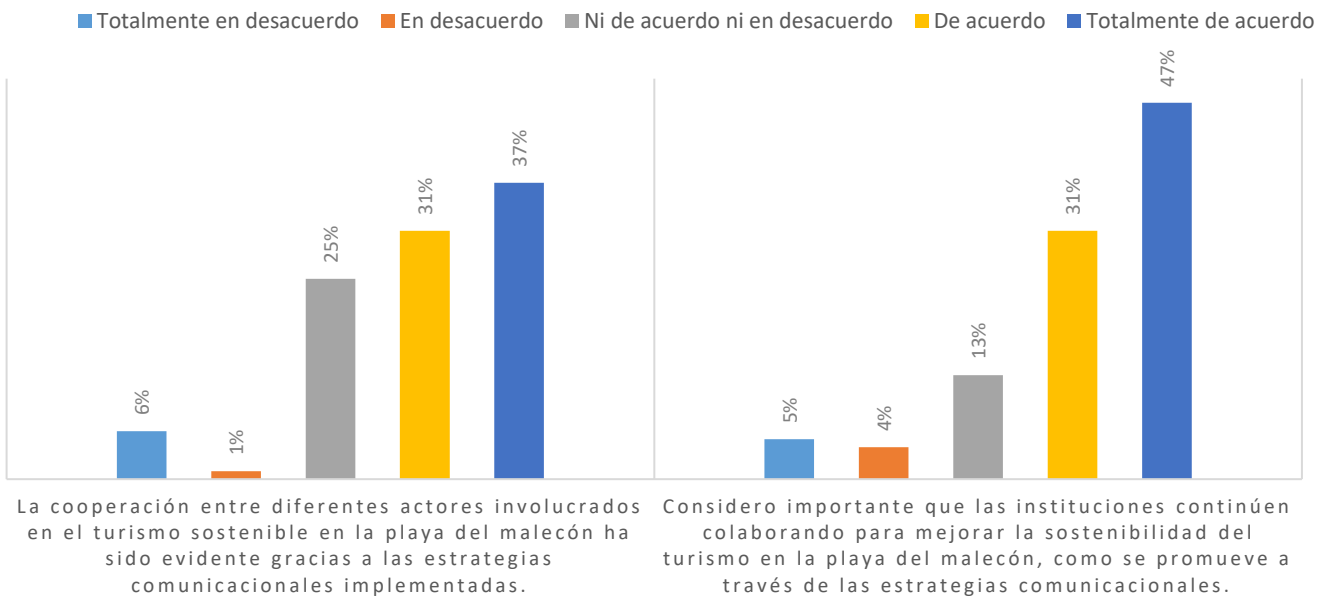
Análisis:

Los resultados de la encuesta muestran una tendencia positiva hacia la percepción de la participación comunitaria en la planificación y gestión del turismo sostenible en la playa del malecón, así como hacia la consideración de las opiniones y sugerencias de la comunidad en las acciones promovidas por las estrategias comunicacionales. Sin embargo, también señalan la necesidad de abordar las preocupaciones de aquellos que no están totalmente convencidos de la efectividad de estas estrategias en promover una participación significativa de la comunidad.

Tabla 5 Colaboración Interinstitucional

DETALLE	La cooperación entre diferentes actores involucrados en el turismo sostenible en la playa del maldón ha sido evidente gracias a las estrategias comunicacionales implementadas.		Considero importante que las instituciones continúen colaborando para mejorar la sostenibilidad del turismo en la playa del maldón, como se promueve a través de las estrategias comunicacionales.	
	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	9	6%	7	5%
En desacuerdo	2	1%	6	4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	25%	20	13%
De acuerdo	46	31%	47	31%
Totalmente de acuerdo	55	37%	70	47%
TOTAL	150	100%	150	100%

Figura 5 Colaboración Interinstitucional



Fuente: Habitantes y Comerciantes del maldón de La Libertad
Elaborado por: Casierra y Moran (2024).

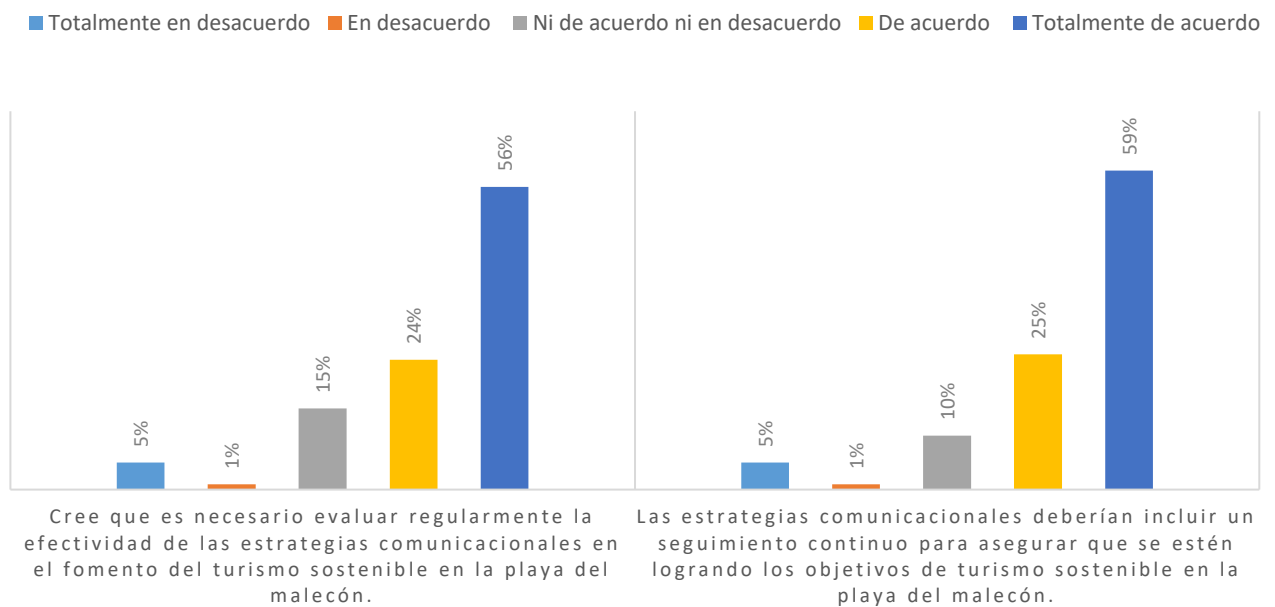
Análisis:

Los resultados de la encuesta muestran una tendencia positiva hacia la percepción de la colaboración interinstitucional en el ámbito del turismo sostenible en la playa del maldón, así como hacia la importancia atribuida a esta colaboración en la promoción de la sostenibilidad. Sin embargo, también señalan áreas de oportunidad para fortalecer la cooperación entre los actores involucrados y abordar las preocupaciones de aquellos que no están totalmente convencidos de la efectividad de estas estrategias en promover una colaboración significativa.

Tabla 6 Evaluación y Seguimiento

DETALLE	Cree que es necesario evaluar regularmente la efectividad de las estrategias comunicacionales en el fomento del turismo sostenible en la playa del malecón.		Las estrategias comunicacionales deberían incluir un seguimiento continuo para asegurar que se estén logrando los objetivos de turismo sostenible en la playa del malecón.	
	f	%	f	%
Totalmente en desacuerdo	7	5%	8	5%
En desacuerdo	1	1%	2	1%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	15%	15	10%
De acuerdo	36	24%	37	25%
Totalmente de acuerdo	84	56%	88	59%
TOTAL	150	100%	150	100%

Figura 6 Evaluación y Seguimiento



Fuente: Habitantes y Comerciantes del malecón de La Libertad
Elaborado por: Casierra y Moran

Análisis:

Los resultados de la encuesta indican un fuerte consenso entre los encuestados en cuanto a la necesidad de evaluar regularmente y seguir de cerca las estrategias comunicacionales para el fomento del turismo sostenible en la playa del malecón. Estos hallazgos subrayan la importancia de implementar procesos de evaluación y seguimiento efectivos como parte integral de las iniciativas de turismo sostenible, lo que puede contribuir significativamente a la sostenibilidad a largo plazo de la playa y su entorno.

4. DISCUSIÓN

Los análisis de los resultados de la encuesta sobre las estrategias comunicacionales en el contexto del turismo sostenible en la playa del Malecón de La Libertad revelan tendencias y áreas de oportunidad significativas que pueden ser discutidas en relación con varias teorías relevantes. Entre estas teorías se incluyen la responsabilidad social corporativa (RSC), la teoría de Maslow, la comunicación estratégica enactiva, la teoría de la comunicación para el desarrollo y los modelos de difusión y participación.

En primer lugar, la observación de que las estrategias comunicacionales han tenido un impacto significativo en la conciencia ambiental y la sensibilización sobre los problemas ambientales sugiere una efectiva aplicación de la responsabilidad social corporativa (RSC). Esto está en línea con la argumentación de Porter y Kramer (2006), quienes sostienen que las empresas pueden lograr beneficios económicos al tiempo que contribuyen al bienestar social y ambiental. De este modo, las estrategias comunicacionales pueden considerarse como parte integral de los esfuerzos de RSC para promover la conciencia y la acción ambiental.

Sin embargo, las áreas de oportunidad identificadas, como la necesidad de fortalecer las iniciativas para asegurar una mayor participación y compromiso de la comunidad local y los turistas en la conservación del medio ambiente, pueden relacionarse con la teoría de Maslow. Según esta teoría, las personas tienen una jerarquía de necesidades que deben satisfacer, desde las básicas hasta las de autorrealización. En este contexto, fortalecer las iniciativas de comunicación podría contribuir a satisfacer la necesidad de pertenencia y contribución, fomentando así una mayor participación y compromiso de la comunidad.

En cuanto a la comunicación estratégica enactiva y la teoría de la comunicación para el desarrollo, los resultados de la encuesta sugieren que las estrategias comunicacionales están logrando su objetivo de proporcionar información útil y llegar a una audiencia considerable. Sin embargo, también señalan la necesidad de optimizar la difusión del mensaje sobre turismo sostenible, lo que puede abordarse mediante enfoques participativos y bidireccionales que involucren a la comunidad local y los turistas en el proceso de comunicación.

Finalmente, los hallazgos que resaltan la percepción positiva hacia la participación comunitaria y la colaboración interinstitucional en el turismo sostenible en la playa del Malecón sugieren la

aplicación de modelos participativos en la toma de decisiones y la gestión de proyectos. No obstante, las áreas de oportunidad identificadas, como la necesidad de fortalecer la cooperación entre los actores involucrados, pueden ser abordadas mediante enfoques de difusión que fomenten la colaboración y el intercambio de conocimientos entre diferentes partes interesadas.

Los resultados de la encuesta proporcionan una base sólida para discutir y aplicar diversas teorías relacionadas con la responsabilidad social corporativa, las necesidades humanas, la comunicación estratégica y el desarrollo participativo en el contexto del turismo sostenible en la playa del Malecón de La Libertad. Estas teorías pueden informar futuras estrategias de comunicación y acciones destinadas a fortalecer las iniciativas de turismo sostenible en esta importante zona costera.

5. CONCLUSIONES

Tras evaluar las estrategias comunicacionales implementadas en la playa del Malecón de La Libertad, se constata una diversidad de enfoques utilizados para promover el turismo sostenible. Sin embargo, se observa la necesidad de una mayor integración y coordinación entre las diferentes iniciativas de comunicación para garantizar una cobertura más amplia y coherente. Esta integración es crucial para fortalecer la eficacia de las campañas de promoción del turismo sostenible en la región y asegurar una comunicación más efectiva con la comunidad local, los turistas y otros actores relevantes.

El análisis del estado actual del turismo sostenible en la playa del Malecón de La Libertad revela un nivel de conciencia significativo, pero también identifica varios retos medioambientales. Estos desafíos, que incluyen la gestión inadecuada de los residuos, la conservación de los ecosistemas costeros y la mitigación de la contaminación marina, resaltan la necesidad de acciones concretas para abordar las preocupaciones ambientales en la zona. Es imperativo que las estrategias comunicacionales se alineen con estas necesidades y se enfoquen en sensibilizar y movilizar a la comunidad hacia la acción ambiental.

La determinación de las ventajas de la implementación de estrategias comunicacionales en el turismo sostenible resalta beneficios significativos, como el aumento de la conciencia ambiental y la mejora de la reputación del destino turístico. Estas ventajas no solo resaltan la importancia de la comunicación en la promoción del turismo sostenible, sino que también subrayan su papel en el fortalecimiento de la identidad y la atracción turística de La Libertad. Es esencial que estas estrategias se diseñen de manera coherente y efectiva, aprovechando los recursos disponibles y considerando las características específicas de la comunidad y del entorno natural.

Los hallazgos reflejan un compromiso creciente con la sostenibilidad en el sector turístico de La Libertad. A pesar de los desafíos medioambientales identificados, la existencia de estrategias comunicacionales orientadas hacia el turismo sostenible indica un movimiento positivo hacia la promoción de prácticas más responsables y respetuosas con el medio ambiente en la región. Sin embargo, este compromiso debe traducirse en acciones concretas y colaborativas entre todos los actores involucrados, incluyendo autoridades locales, empresarios turísticos y la comunidad en general.

Para abordar los desafíos identificados y capitalizar las ventajas de las estrategias comunicacionales, se destaca la importancia de la cooperación y la participación activa de

todos los actores involucrados en el turismo sostenible en La Libertad. La colaboración entre el gobierno, las empresas locales, la comunidad y los turistas es fundamental para lograr un desarrollo turístico sostenible y armonioso en la zona del Malecón. Este enfoque colaborativo y participativo puede contribuir significativamente a superar los obstáculos y aprovechar las oportunidades para el desarrollo sostenible en la región costera.

6. RECOMENDACIONES

Para abordar la necesidad de integración y coordinación de las estrategias comunicacionales, es fundamental establecer mecanismos formales que faciliten la colaboración entre las diversas iniciativas relacionadas con el turismo sostenible en la playa del Malecón de La Libertad. Esta coordinación garantizará una comunicación más efectiva con todos los actores involucrados, promoviendo una cobertura amplia y coherente de las campañas de promoción turística.

Asimismo, para enfrentar los desafíos medioambientales identificados, se requiere la implementación de acciones concretas y programas de educación ambiental dirigidos tanto a la comunidad local como a los turistas. La gestión adecuada de residuos, la conservación de los ecosistemas costeros y la reducción de la contaminación marina deben ser prioridades en la agenda de desarrollo sostenible de la zona.

En cuanto a las estrategias comunicacionales, se recomienda revisar y optimizar las existentes para garantizar su máxima efectividad. Esto implica la elaboración de mensajes claros y coherentes, la selección adecuada de canales de comunicación y la segmentación del público objetivo. De esta manera, se podrá maximizar el impacto de las campañas de sensibilización sobre el turismo sostenible.

Además, es esencial promover la adopción de prácticas sostenibles por parte de las empresas turísticas y la comunidad local. La reducción del uso de plásticos de un solo uso, la implementación de energías renovables y la adopción de prácticas de conservación ambiental en las actividades turísticas son algunas medidas que pueden contribuir significativamente a la protección del entorno natural.

Por último, se recomienda fomentar la cooperación y la participación activa de todos los actores involucrados en el turismo sostenible en La Libertad. Esto implica la creación de espacios de diálogo y colaboración entre el gobierno, las empresas turísticas, la comunidad local y los turistas, con el fin de desarrollar e implementar acciones conjuntas para la promoción del turismo sostenible y la conservación del entorno natural.

REFERENCIAS

(2011), Cortez. (s.f.). Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/453>

Argenti, P. A. (2019). *Strategic Corporate Communication: Core Concepts and Applications*. . Sage Publications.

Babbie, E. (2017). *The Practice of Social Research*. *Cengage Learning*.

Benito, M. M. (2019). *Arquitectura para un turismo sostenible*. Obtenido de <https://idus.us.es/handle/11441/24249>

Bruner, J. S. (2019). *The Process of Education*. *Harvard University Press*.

Chavis, D. M. (2021). *The Paradox of Community*. American Psychologist.

Cornelissen, J. (2020). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. . Sage Publications.

Dewey, J. (2019). *Democracy and Education*. Macmillan.

Freire, P. (2017). *Pedagogy of the Oppressed*. Continuum.

Frey, L. R. (2018). The evolution of communication strategies: An overview. *Journal of Communication*.

Kaplan, A. M. (2020). *Social Media Marketing in a Changing World*. . Business Horizons.

Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.

Mattessich, P. M. (2017). *Community Building: What Makes It Work*. . Amherst H. Wilder Foundation.

Morales. (2019). doi:http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-47052020000100003&script=sci_arttext

O'Keefe, D. J. (2018). *Persuasion: Theory and Research*. Sage Publications.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2020). *El turismo y los Objetivos de Desarrollo del Milenio*. OMT.

Quintero, Q. S. (2015). *Sostenibilidad sociocultural del turismo: propuestas para el cantón Playas. Provincia del Guayas, Ecuador*. Obtenido de *Sostenibilidad sociocultural del turismo: propuestas para el cantón Playas. Provincia del Guayas*. Obtenido de <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/espiga/article/view/1288/1353>

Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación*. . McGraw-Hill Education.

Sarzosa, M. J. (2016). *ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL EN TECNA DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/131/3/Estrategias%20de%20comunicaci%C3%B3n%20interna%20para%20la%20difusi%C3%B3n%20de%20informaci%C3%B3n.pdf>

Smith, A. P. (2021). The Impact of Employee Communication and Perceived External Prestige on Organizational Identification. *Academy of Management Journal*.

Smit, B. &. (2016). *Adaptation, adaptive capacity and vulnerability*. Global Environmental Change.

Smith, R. D. (2018). *Strategic Planning for Public Relations*. Routledge.

Torres-Ortiz, J.A. & Duarte, J.E. (Junio de 2016). Los procesos pedagógicos administrativos y los aspectos socio-culturales de. *Investigación, Desarrollo, Innovación*, 6, 179-190. doi:<http://dx.doi.org/10.19053/20278306.4606>

Turner, B. L. (2020). *A framework for vulnerability analysis in sustainability science*. Proceedings of the National Academy of Sciences.

Unesco. (2020). *América Latina y el Caribe: Inclusión y educación: todos y todas sin excepción*. París: Informe de Seguimiento de la Educación en el Mundo 2020.

Verba, S. S. (2017). *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. *Harvard University Press*.

Ward, C. B. (2021). *The Psychology of Culture Shock*. . Routledge.

Weaver, D. (2019). The evolution of sustainable tourism: Historical trends and future directions. *Annals of Tourism Research*.

Weaver, D. B. (2017). *Turismo Sostenible: Teoría y Práctica*. Elsevier.

Zimmerman, M. A. (2019). Psychological Empowerment: Issues and Illustrations. *American Journal of Community Psychology*.

ANEXOS

Anexo 1

Ficha de Encuesta

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Neutral
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Estrategias comunicacionales para fomentar el turismo sostenible en la playa del malecón de La Libertad de la provincia de Santa Elena	1	2	3	4	5
Los mensajes de las estrategias comunicacionales han aumentado mi conciencia sobre la importancia de conservar el medio ambiente en la playa del malecón de La Libertad.					
Las estrategias comunicacionales han contribuido a sensibilizar a los turistas y la comunidad local sobre los problemas ambientales en la playa del malecón.					
La información proporcionada a través de las estrategias comunicacionales ha sido útil para entender las actividades y eventos relacionados con el turismo sostenible en la playa del malecón.					
Las estrategias comunicacionales utilizadas para promover el turismo sostenible en la playa del malecón han sido efectivas en llegar a una amplia audiencia.					
Las iniciativas de educación y sensibilización promovidas por las estrategias comunicacionales han mejorado mi comprensión sobre las prácticas sostenibles en el turismo.					
Considero importante que las estrategias comunicacionales continúen educando a la comunidad sobre los beneficios del turismo sostenible en la playa del malecón					
Las estrategias comunicacionales han fomentado la participación de la comunidad en la planificación y gestión del turismo sostenible en la playa del malecón.					
Siento que mis opiniones y sugerencias sobre el turismo sostenible en la playa del malecón son consideradas en las acciones promovidas por las estrategias comunicacionales.					

<p>La cooperación entre diferentes actores involucrados en el turismo sostenible en la playa del malecón ha sido evidente gracias a las estrategias comunicacionales implementadas.</p>					
<p>Considero importante que las instituciones continúen colaborando para mejorar la sostenibilidad del turismo en la playa del malecón, como se promueve a través de las estrategias comunicacionales. experiencia práctica en periodismo de investigación para los estudiantes de la UPSE</p>					
<p>Cree que es necesario evaluar regularmente la efectividad de las estrategias comunicacionales en el fomento del turismo sostenible en la playa del malecón.</p>					
<p>Las estrategias comunicacionales deberían incluir un seguimiento continuo para asegurar que se estén logrando los objetivos de turismo sostenible en la playa del malecón.</p>					

Anexo 1

