

## ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES: UN ENFOQUE INTEGRAL PARA LA CONSERVACIÓN Y EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO

**Communicational strategies: a comprehensive approach for conservation and socioeconomic development**

**Estratégias comunicacionais: uma abordagem integral para a conservação e o desenvolvimento socioeconômico**

PhD. Paola Elizabeth Cortez Clavijo \*, <https://orcid.org/0000-0002-5926-7282>

Econ. Cynthia Espíndola Vásquez, <https://orcid.org/0000-0002-2553-2738>

Lic. Gerzon Cochea Panchana, <https://orcid.org/0000-0001-6863-4999>

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

\*Autor para correspondencia. email [pcortez@upse.edu.ec](mailto:pcortez@upse.edu.ec)

**Para citar este artículo:** Cortez Clavijo, P. E., Espíndola Vásquez, C. y Cochea Panchana, G. (2024). Estrategias comunicacionales: un enfoque integral para la conservación y el desarrollo socioeconómico. *Maestro y Sociedad*, 21(4), 1729-1741. <https://maestrosociedad.uo.edu.cu>

### RESUMEN

Introducción: La creciente preocupación por el impacto ambiental del turismo y la necesidad de generar beneficios socioeconómicos para las comunidades locales impulsaron esta investigación. Objetivo: Diseñar estrategias de comunicación que promuevan el turismo sostenible en la playa del Malecón de La Libertad. A través de estas estrategias, se buscaba no solo conservar los recursos naturales y culturales, sino también mejorar el bienestar socioeconómico de la comunidad local. Materiales y métodos: La investigación utilizó un enfoque integral con un diseño no experimental. Los datos se recopilaban mediante encuestas dirigidas a residentes y comerciantes locales. Este método permitió obtener una visión detallada sobre las percepciones y actitudes hacia el turismo sostenible. Resultados: mostraron que existe una falta de comunicación efectiva para fomentar prácticas turísticas sostenibles. Tanto los residentes como los comerciantes reconocen la importancia de la conservación del medio ambiente, pero señalaron que las iniciativas actuales son insuficientes. Discusión: Los hallazgos subrayan la importancia de la comunicación estratégica en la promoción del turismo sostenible. Se argumenta que una mayor colaboración entre autoridades locales, comunidad y sectores privados es esencial para mejorar las prácticas de conservación. La falta de cohesión entre los actores involucrados ha limitado el alcance de las iniciativas, y es crucial desarrollar una visión compartida. Conclusiones: La implementación de estrategias de comunicación mejoradas puede contribuir de manera significativa al desarrollo sostenible en La Libertad. Estas estrategias no solo ayudarán a proteger los recursos naturales y culturales, sino que también impulsarán el crecimiento económico y el bienestar comunitario. La investigación proporciona una base sólida para futuras acciones que busquen equilibrar el desarrollo turístico con la conservación ambiental.

**Palabras clave:** Turismo sostenible, Conservación, Comunicación, Desarrollo socioeconómico

### ABSTRACT

Introduction: The growing concern about the environmental impact of tourism and the need to generate socioeconomic benefits for local communities drove this research. Objective: To design communication strategies that promote sustainable tourism at the Malecón beach in La Libertad. Through these strategies, the aim was not only to conserve natural and cultural resources but also to improve the socioeconomic well-being of the local community. Materials and Methods: The research used a comprehensive approach with a non-experimental design. Data were collected through surveys directed at local residents and merchants. This method provided a detailed insight into perceptions and attitudes towards sustainable tourism. Results: showed that there is a lack of effective communication to foster sustainable tourism practices. Both residents and merchants recognize the importance of environmental conservation but indicated that current initiatives are insufficient. Discussion: The findings emphasize the importance of strategic communication in promoting sustainable

tourism. It is argued that greater collaboration between local authorities, the community, and the private sector is essential to improve conservation practices. The lack of cohesion among the actors involved has limited the scope of the initiatives, and it is crucial to develop a shared vision. Conclusions: The implementation of improved communication strategies could significantly contribute to sustainable development in La Libertad. These strategies will not only help protect natural and cultural resources but also drive economic growth and community well-being. The research provides a solid foundation for future actions that aim to balance tourism development with environmental conservation.

**Keywords:** Sustainable tourism, Conservation, Communication, Socioeconomic development.

## RESUMO

Introdução: A crescente preocupação com o impacto ambiental do turismo e a necessidade de gerar benefícios socioeconômicos para as comunidades locais impulsionaram esta pesquisa. Objetivo: Projetar estratégias de comunicação que promovam o turismo sustentável na praia do Malecón em La Libertad. Por meio dessas estratégias, o objetivo era não apenas conservar os recursos naturais e culturais, mas também melhorar o bem-estar socioeconômico da comunidade local. Materiais e Métodos: A pesquisa utilizou uma abordagem abrangente com um design não experimental. Os dados foram coletados por meio de questionários direcionados aos residentes e comerciantes locais. Este método proporcionou uma visão detalhada das percepções e atitudes em relação ao turismo sustentável. Resultados: mostraram que existe uma falta de comunicação eficaz para promover práticas de turismo sustentável. Tanto os residentes quanto os comerciantes reconhecem a importância da conservação ambiental, mais indicaram que as iniciativas atuais são insuficientes. Discussão: As descobertas enfatizam a importância da comunicação estratégica na promoção do turismo sustentável. Argumenta-se que uma maior colaboração entre as autoridades locais, a comunidade e o setor privado é essencial para melhorar as práticas de conservação. A falta de coesão entre os atores envolvidos limitou o alcance das iniciativas, sendo crucial desenvolver uma visão compartilhada. Conclusões: A implementação de estratégias de comunicação aprimoradas pode contribuir significativamente para o desenvolvimento sustentável em La Libertad. Essas estratégias não apenas ajudarão a proteger os recursos naturais e culturais, mas também impulsionarão o crescimento econômico e o bem-estar da comunidade. A pesquisa fornece uma base sólida para futuras ações que busquem equilibrar o desenvolvimento turístico com a conservação ambiental.

**Palavras-chave:** Turismo sustentável, Conservação, Comunicação, Desenvolvimento socioeconômico.

Recibido: 9/7/2024 Aprobado: 24/9/2024

## INTRODUCCIÓN

La playa del Malecón de La Libertad, ubicada en la provincia de Santa Elena, Ecuador, es un importante destino turístico conocido por su belleza natural y su valor cultural. Sin embargo, este atractivo enfrenta importantes desafíos relacionados con la sostenibilidad y la conservación ambiental. En este contexto, surge la necesidad de impulsar estrategias que no solo incrementen la afluencia de turistas, sino que también garanticen la protección de los recursos naturales y mejoren la calidad de vida de los residentes locales. Este estudio se enfoca en promover prácticas turísticas que logren un equilibrio entre el desarrollo económico y la conservación del entorno.

Las estrategias comunicacionales desempeñan un papel crucial en la promoción del turismo sostenible en la playa del Malecón de La Libertad, provincia de Santa Elena. Estas estrategias 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) señala que "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. En este contexto, Vera (2023) enfatiza que "las estrategias comunicacionales son una herramienta necesaria que permite concretar y transformar para brindar un mensaje de manera positiva hacia un público objetivo; asimismo, es importante tomar en cuenta que el mensaje debe estar alineado a los objetivos de la idea principal a mostrar" (p. 36). Sin embargo, dentro de la provincia de Santa Elena, se observa una notable falencia en las estrategias comunicacionales, especialmente en diferentes departamentos de servicios públicos. (Espíndola y Cortez, 2023) expresa que "Una vez que se selecciona el público objetivo, las estrategias de comunicación se pueden ajustar para llegar a ellos de manera efectiva." (p. 43).

Las estrategias de comunicación, 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, protegiendo y fomentando las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de manera 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" certifica la necesidad de considerar los aspectos que fomentan un trabajo holístico y de preservar los recursos. Quintero (2015) destaca 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.

El presente estudio se propuso identificar las estrategias comunicacionales que se habían implementado para la promoción del turismo sostenible en la playa del Malecón del cantón La Libertad, en la provincia de Santa Elena. Para ello, se evaluaron las estrategias comunicacionales existentes, se analizó el estado actual del turismo sostenible y se determinaron las ventajas derivadas de la implementación de estas estrategias. Ecuador se distingue por sus hermosas playas, atrayendo tanto a turistas nacionales como internacionales. La playa del malecón en el cantón La Libertad solía ser uno de los destinos turísticos más populares, ofreciendo extensas áreas para disfrutar en familia. Sin embargo, con el tiempo, experimentó una disminución en la afluencia de turistas debido al deterioro del área turística, lo que la relegó a una opción secundaria para visitar.

El turismo sostenible no solo generó ingresos vitales para las comunidades locales, sino que también impulsó el desarrollo económico al crear empleo, promover productos locales y preservar el patrimonio cultural. Además, fomentó la protección del medio ambiente y promovió la participación de la comunidad en la toma de decisiones sobre el desarrollo turístico. (Ministerio de turismo, s.f.). El estudio demostró que una estrategia comunicacional bien diseñada puede influir significativamente en el comportamiento de los turistas y contribuir al desarrollo sostenible de destinos turísticos como la playa del malecón de La Libertad.

La investigación incluyó 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. Según Vera (2023), las estrategias comunicacionales son herramientas necesarias que permiten concretar y transformar para brindar un mensaje de manera positiva hacia un público objetivo. Es crucial que el mensaje esté alineado con los objetivos de la idea principal a mostrar. Por otro lado, el concepto de turismo sostenible surgió 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 (Weaver, 2019).

Este estudio no solo buscó revitalizar el turismo en la playa del malecón de La Libertad, sino también establecer un modelo de desarrollo sostenible que pudiera ser replicado en otras áreas turísticas. La promoción del turismo sostenible a través de estrategias comunicacionales efectivas se presentó como una solución integral que beneficiaría tanto a la comunidad local como al medio ambiente, asegurando la conservación de los recursos naturales y culturales para las futuras generaciones. Durante el desarrollo de la investigación, se encontró que las estrategias comunicacionales adecuadas desempeñaron un papel fundamental en la sensibilización sobre el turismo sostenible entre los turistas y la comunidad local. Esto se reflejó en un aumento en la afluencia de visitantes a la playa del malecón de La Libertad y en cambios positivos en las prácticas turísticas, como una mayor adopción de comportamientos respetuosos con el medio ambiente y la cultura local. Estos resultados

respaldaron la importancia de utilizar estrategias comunicacionales efectivas para promover el turismo sostenible y su impacto positivo en el desarrollo local y la conservación del entorno natural y cultural.

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. Según Vera (2023), las estrategias comunicacionales son una herramienta necesaria que permite concretar y transformar para brindar un mensaje de manera positiva hacia un público objetivo. Es importante que el mensaje esté alineado con los objetivos de la idea principal a mostrar.

La teoría de la comunicación para el desarrollo, como señala Servaes (2012), resalta la importancia de los modelos de difusión y participativo, teniendo en cuenta los principios fundamentales de participación comunitaria, diálogo abierto, empoderamiento y un enfoque integral que abogue por la sostenibilidad de los recursos naturales. Este enfoque implica trabajar en colaboración con diversas partes interesadas y sectores para diseñar e implementar soluciones que aborden las diversas dimensiones del problema. Las 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.

La participación comunitaria, definida como el proceso mediante el cual los miembros de una comunidad se involucran activamente en la toma de decisiones, planificación e implementación de proyectos y actividades que afectan su entorno local, es crucial para el éxito de estas estrategias. Chavis (2021) describe la participación comunitaria como la involucración de las personas en los asuntos que afectan directamente sus vidas, comunidades y entornos. Este proceso se basa en la voluntariedad, diversidad de participantes, empoderamiento y desarrollo de habilidades y capacidades.

Para concienciar a la comunidad sobre el turismo sostenible, es necesario utilizar tanto medios tradicionales como digitales en las estrategias comunicacionales. Los medios tradicionales, como televisión, radio y prensa, siguen siendo importantes para alcanzar audiencias amplias (Cornelissen, 2020). Por otro lado, las estrategias digitales, que incluyen el uso de redes sociales, correo electrónico y otros medios digitales, son esenciales en la era moderna, permitiendo una comunicación más directa y personalizada (Kaplan, 2020). Estas estrategias pueden clasificarse en corporativas, publicitarias, informativas y persuasivas, cada una con un enfoque y objetivo específico. Argenti (2019) aclara que las estrategias comunicacionales corporativas se centran en transmitir la misión, visión y valores de la empresa, mientras que las publicitarias buscan estimular la demanda de productos o servicios (Kotler, 2016). Las estrategias informativas se centran en proporcionar datos y conocimientos relevantes al público (Smith, 2018), y las persuasivas están diseñadas para cambiar o reforzar las percepciones, actitudes o comportamientos del público (O'Keefe, 2018).

El enfoque de la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE), según Massoni (2003), sugiere que la utilización de metodologías, herramientas y técnicas dentro de las estrategias comunicacionales puede proporcionar cambios sociales significativos. En el contexto del turismo sostenible, 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, como campañas de sensibilización, educación y formación, alianzas estratégicas, tecnología y medios digitales, y narración de historias auténticas, puede generar un impacto significativo en la conciencia y el comportamiento de los turistas, empresarios del sector y comunidades locales. Integrar estas estrategias de manera coherente y coordinada es crucial para avanzar hacia un modelo de turismo más responsable, beneficiando tanto al medio ambiente como a las poblaciones locales, asegurando la preservación de los recursos naturales y culturales para las generaciones futuras.

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 y realizar un análisis exhaustivo y recopilación de información a medida que avanza el proyecto. Cornelissen (2020) sostiene que la capacidad de medir y evaluar el impacto de la comunicación es esencial para ajustar y mejorar las estrategias. La evaluación constante debe incluir datos sobre el alcance y la respuesta del público objetivo, así como cualquier retroalimentación recibida, permitiendo ajustar y refinar las tácticas según sea necesario para garantizar que se logren los resultados deseados.

La implementación efectiva de estrategias comunicacionales es fundamental para promover el turismo sostenible en la playa del malecón de La Libertad. Estas estrategias deben ser participativas, utilizando una

combinación de medios tradicionales y digitales, y deben ser evaluadas y ajustadas continuamente para maximizar su impacto positivo en la comunidad local y el entorno natural.

El turismo sostenible se caracteriza por su enfoque en minimizar el impacto negativo en el medio ambiente y 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, 2020).

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 se puede relacionar con el turismo sostenible ya que se deben garantizar necesidades que sean atendidas de manera responsable y respetuosa con el medio ambiente y las comunidades locales. Esto 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, satisfaciendo así las necesidades de estima tanto de turistas como de comerciantes y habitantes.

Para promover el turismo sostenible, la educación y la sensibilización son esenciales. 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. 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.

El turismo sostenible también involucra a turistas y locales en la conciencia ambiental. El código ético mundial del turismo establece principios de sostenibilidad para proyectos con enfoque en esta área. Benito (2019) indica que 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 sano, constante y sostenible, que sea capaz de satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras. Entre las características distintivas del turismo sostenible, según Weaver (2017), se encuentran el mínimo impacto ambiental, el respeto y valorización de la cultura local, los beneficios económicos para las comunidades locales, y la educación y conciencia tanto para turistas como para locales.

Dentro del marco del turismo sostenible, se prioriza la reducción de vulnerabilidades y el fortalecimiento de la resiliencia tanto de los sistemas humanos como naturales. Turner (2020) sostiene que el propósito fundamental de la adaptación consiste en mitigar la vulnerabilidad y potenciar la capacidad de resistencia de dichos sistemas frente a los efectos negativos derivados del cambio climático. Esta perspectiva resalta la importancia de adoptar medidas proactivas y estratégicas para proteger los recursos naturales, las comunidades locales y la infraestructura turística ante los desafíos ambientales y climáticos emergentes.

La responsabilidad social corporativa (RSC) emerge como un componente esencial en la gestión empresarial, tal como lo señalan Porter y Kramer (2006), quienes abogan por una visión ética y orientada al bienestar en las prácticas empresariales. Esta perspectiva ética puede extrapolarse a los destinos turísticos con el fin de fomentar el desarrollo sostenible y el bienestar de las comunidades. En este sentido, la RSC implica la implementación de estrategias comunicacionales que promuevan prácticas turísticas responsables y sostenibles, generando un impacto positivo tanto en el ámbito empresarial como en la sociedad y el medio ambiente.

La colaboración interinstitucional es fundamental para el éxito del turismo sostenible, requiriendo la participación y cooperación de una variedad de actores, incluidos gobiernos, comunidades locales, empresas y organizaciones no gubernamentales. Smith (2016) destaca que la adaptación eficaz al cambio climático requiere la participación

y cooperación de una variedad de actores a diferentes niveles. La confianza y el respeto mutuo son esenciales para esta colaboración. Morales (2019) enfatiza que la confianza entre instituciones va en decadencia, afectando principalmente a las personas de bajos recursos que ven estas instituciones como representación de la democracia. Murillo (2020) explica que el respeto mutuo incide significativamente en el desarrollo ético dentro de un grupo social, incentivando a diferentes empresas a colaborar con el desarrollo y mejoramiento del turismo sostenible.

La 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 ONG. Mattessich (2017) señala que la colaboración es esencial en la participación comunitaria, ya que fomenta la sinergia y la eficiencia en la resolución de problemas locales. La evaluación y el 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 asegurar que las iniciativas se desarrollen de manera más eficaz. Para la promoción y difusión, el uso del marketing es una herramienta ampliamente utilizada. Ulloa (2024) indica que numerosas empresas del sector turístico utilizan distintos tipos de marketing para promocionar sus ofertas turísticas y culturales, facilitando la conexión entre los turistas y las empresas o individuos capacitados para brindar un servicio turístico de calidad.

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. 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. 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 sostenibles. Miranda et al. (2021) destacan el papel fundamental de los estudiantes universitarios, como futuros profesionales y líderes, en promover prácticas ambientales responsables y en buscar soluciones innovadoras para los desafíos ecológicos y sociales.

Finalmente, la colaboración interinstitucional es crucial para el crecimiento y la conservación de las regiones. Ferrari (2024) expresa que la colaboración interinstitucional ayudará al crecimiento y conservación de la región. Esta colaboración requiere la participación de diferentes empresas tanto gubernamentales como no gubernamentales, ya que ayuda a desarrollarse de manera efectiva con un solo propósito: la sostenibilidad.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Este estudio, basado en un enfoque cuantitativo, utilizó encuestas para evaluar las estrategias comunicacionales que promueven el turismo sostenible en la playa del malecón de La Libertad. Autores como Babbie (2017) describen esta técnica como un método de recolección de datos que permite obtener información de un grupo de individuos a través de un instrumento estandarizado, generalmente un cuestionario. Para garantizar la validez y confiabilidad de los resultados, se realizó un pilotaje inicial validado por expertos, obteniendo un Alfa de Cronbach de 0.94, lo que aseguró la consistencia interna del instrumento. Este proceso de validación respaldó la credibilidad de la encuesta aplicada y los datos obtenidos, aportando conclusiones relevantes sobre cómo los residentes y comerciantes perciben y participan en la promoción del turismo sostenible en esta zona costera.

Se recopiló y analizó información de 100 habitantes y 50 comerciantes mediante un diseño estructurado que permitió evaluar el impacto de dichas estrategias en la percepción y comportamiento de los visitantes en torno a la sostenibilidad. A través de la combinación de fuentes bibliográficas y de campo, se obtuvo una visión integral sobre el comportamiento de los actores locales en relación con la conservación de los recursos naturales.

La investigación se adscribió al paradigma de la investigación pura, cuyo objetivo es avanzar en el conocimiento teórico sin buscar soluciones inmediatas a problemas prácticos. Al centrarse en el análisis profundo de las dinámicas del turismo sostenible y la comunicación estratégica, este enfoque generó información valiosa para futuros estudios y aplicaciones en el campo. Como parte del proceso, se empleó un estudio descriptivo no experimental, que permitió observar los fenómenos sin manipulación de variables, proporcionando una base sólida para la comprensión de las relaciones entre los actores locales y los recursos naturales. Como señala Hernández (2018), este enfoque tiene como objetivo principal el desarrollo y la revisión de teorías, contribuyendo al avance continuo de la ciencia. En otras palabras, la investigación básica es esencial para proporcionar los fundamentos teóricos y conceptuales necesarios para investigaciones posteriores y el desarrollo tecnológico.

## RESULTADOS

El presente documento investigativo se basó en una muestra de 150 personas, compuesta por 100 habitantes y 50 comerciantes. Se aplicó una encuesta utilizando la escala de Likert de tipo de acuerdo, además de recopilar datos demográficos como edad, sexo y ocupación. Los resultados obtenidos reflejan una distribución demográfica variada. En cuanto a la edad, 41 personas (27.3% del total) se encontraban en el rango de 18-23 años, 54 personas (36%) tenían entre 24-29 años, y 55 personas (36.7%) eran mayores de 30 años.

Respecto al sexo, se encuestaron 71 mujeres, representando el 47.3% de la muestra, y 79 hombres, representando el 52.7%. En términos de ocupación, la muestra incluyó 100 habitantes, cumpliendo con el 66.7%, y 50 comerciantes, correspondiente al 33.3%. Estos resultados demográficos permiten cumplir con el objetivo de la investigación, proporcionando una representación adecuada de la población de estudio. A continuación, se presentan los análisis detallados de los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada.

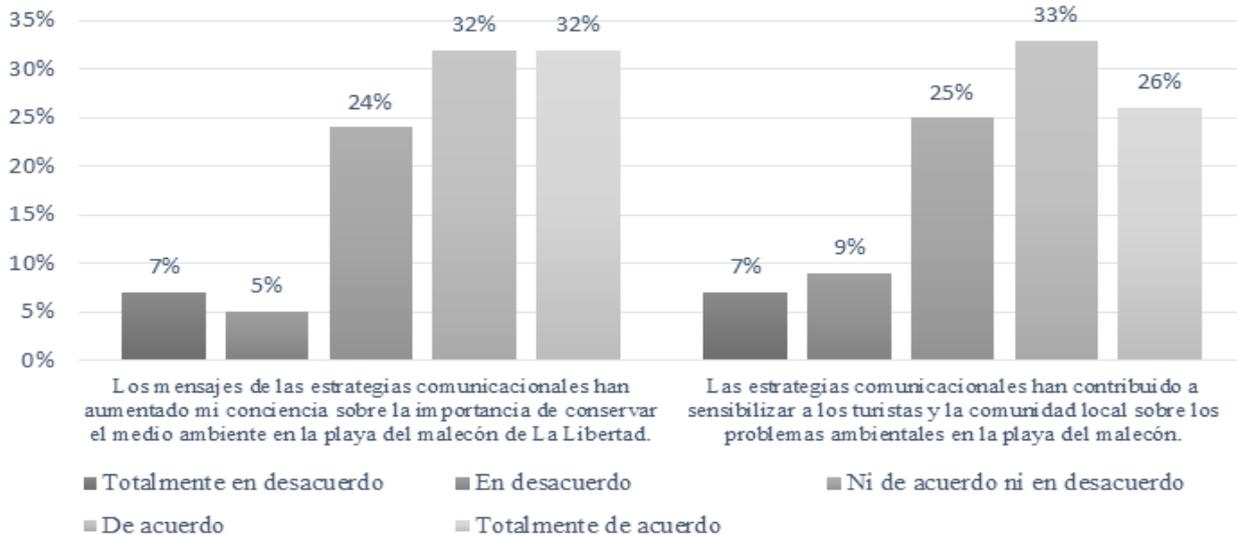


Gráfico 1. Conciencia ambiental

Fuente: Elaboración propia

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.

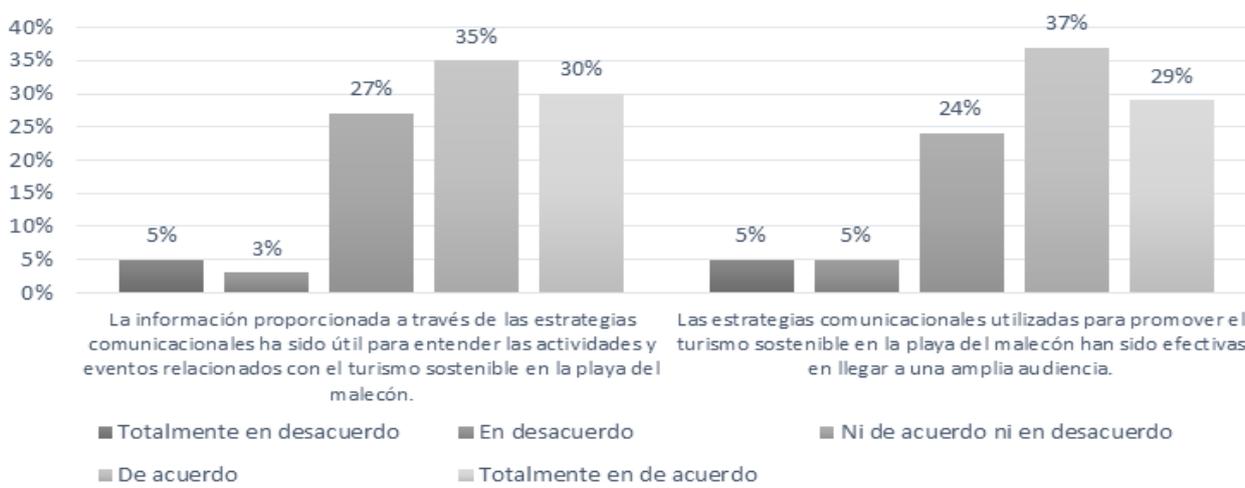


Gráfico 2. Población y Difusión

Fuente: Elaboración propia

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.



Gráfico 3. Educación y Sensibilización

Fuente: Elaboración propia

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.

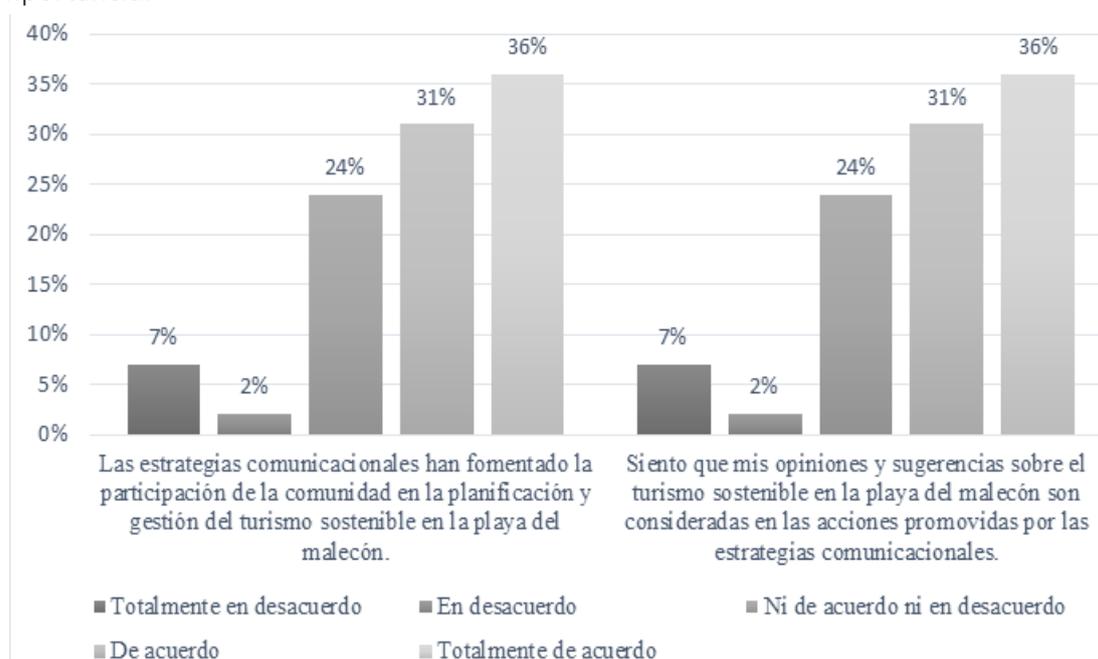


Gráfico 4. Participación Comunitaria

Fuente: Elaboración propia

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.

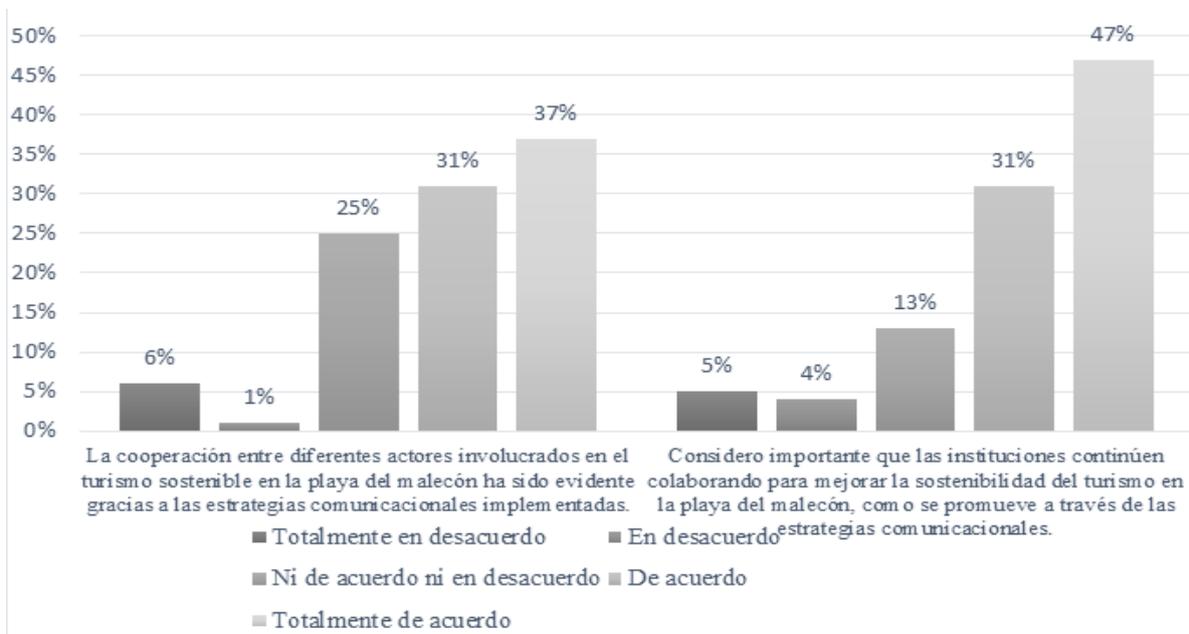


Gráfico 5. Colaboración Interinstitucional

Fuente: Elaboración propia

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 malecón, 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.

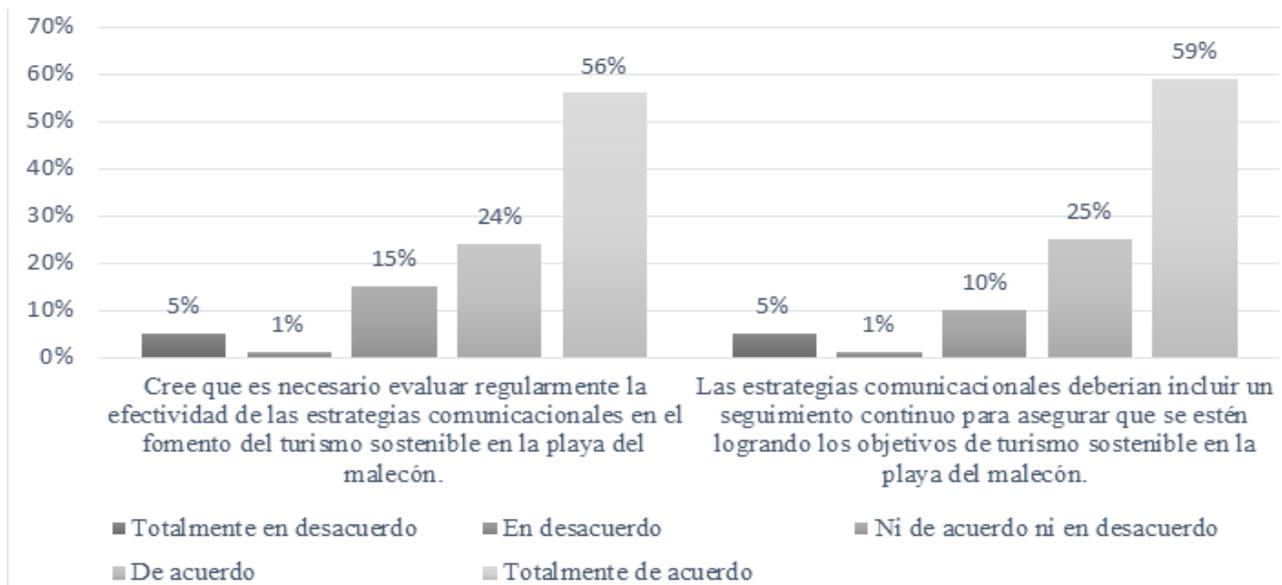


Gráfico 6. Evaluación y Seguimiento

Fuente: Elaboración propia

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.

## 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 una serie de tendencias y áreas de oportunidad

que pueden ser discutidas en relación con varias teorías relevantes, incluyendo la responsabilidad social corporativa, la teoría de Maslow, la comunicación estratégica enactiva, la teoría de la comunicación para el desarrollo y los modelos de difusión y participación.

Primero, 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 aplicación efectiva de la responsabilidad social corporativa (RSC). Porter y Kramer (2006) argumentan que las empresas pueden lograr beneficios económicos al mismo tiempo que contribuyen al bienestar social y ambiental. En este contexto, las estrategias comunicacionales pueden ser consideradas como parte 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 necesidades básicas hasta las de autorrealización. En este caso, el fortalecimiento de las iniciativas de comunicación podría ayudar a satisfacer la necesidad de pertenencia y contribución, promoviendo así una mayor participación y compromiso.

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 cumpliendo en gran medida 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 ser abordado mediante enfoques participativos y bidireccionales que involucren a la comunidad local y los turistas en el proceso de comunicación.

Finalmente, los hallazgos que destacan 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. Sin embargo, 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 la discusión y la aplicación de 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 ser útiles para informar futuras estrategias de comunicación y acciones destinadas a fortalecer las iniciativas de turismo sostenible en esta importante zona costera.

## **CONCLUSIONES**

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 proporcionan una visión valiosa sobre las áreas de fortaleza y las oportunidades de mejora en la promoción de prácticas sostenibles y la participación comunitaria. La aplicación efectiva de teorías como la responsabilidad social corporativa y la teoría de Maslow ha contribuido al desarrollo de estrategias comunicacionales que han generado un impacto significativo en la conciencia ambiental y la sensibilización sobre los problemas ambientales.

Sin embargo, se identifican áreas de oportunidad para fortalecer estas iniciativas, incluyendo la necesidad de mejorar la participación y el compromiso de la comunidad local y los turistas, optimizar la difusión del mensaje sobre turismo sostenible y fortalecer la colaboración interinstitucional. Al implementar recomendaciones que se basen en estas áreas de oportunidad, como la integración de programas de sensibilización ambiental, el diseño de estrategias comunicacionales participativas y la promoción de la colaboración entre actores clave, se puede mejorar la efectividad y el impacto de las estrategias comunicacionales en el fomento del turismo sostenible en la playa del malecón de La Libertad.

En última instancia, estas mejoras contribuirán a la conservación a largo plazo del medio ambiente, al bienestar de la comunidad local y al desarrollo sostenible de la región costera, asegurando que el turismo sostenible no solo sea una meta alcanzable, sino también una realidad perdurable.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adger, W. N. (2015). Successful adaptation to climate change across scales. *Global Environmental Change*.
- Argenti, P. A. (2019). *Strategic Corporate Communication: Core Concepts and Applications*. Sage Publications.
- Arizabaleta Dominguez, S. L., y Ochoa Cubillos, A. F. (06 de diciembre de 2016). Hacia una educación superior inclusiva en Colombia. *Scielo*, 41-56. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-24942016000200005&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-24942016000200005&lng=en&tlng=es).
- Babbie, E. (2017). *The Practice of Social Research*. Cengage Learning.
- Bandura, A. (2017). *Social Learning Theory*. Prentice Hall.
- Benito, M. M. (2019). Arquitectura para un turismo sostenible. <https://idus.us.es/handle/11441/24249>
- Berry, J. W. (2015). Acculturation: Living successfully in two cultures. *International Journal of Intercultural Relations*.
- Brooks, A. W. (2023). Did You Hear What I Said? How to Listen Better. *Harvard Business School Working Knowledge*.
- Bruner, J. S. (2019). *The Process of Education*. Harvard University Press.
- Butler, R. (2021). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Management*.
- Catota, C. (2024). <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/12131/1/PI-002809.pdf>
- Chavis, D. M. (2021). The Paradox of Community. *American Psychologist*.
- Cornelissen, J. (2020). *Corporate Communication: A Guide to Theory and Practice*. Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Deardorff, D. K. (2016). The Identification and Assessment of Intercultural Competence. *Journal of Studies in International Education*.
- Denisse, B. C. (2021). Estrategias Comunicacionales En Las Campañas Presidenciales. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/58924/1/Estrategias%20comunicacionales%20en%20las%20campa%3b1as%20presidenciales%20de%20la%20segunda%20vuelta%202021%20en%20Ecuador.pdf>
- Dewey, J. (2019). *Democracy and Education*. Macmillan.
- Dillman, D. A. (2017). *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method*. John Wiley & Sons.
- Elizabeth, M. V. (2023). Estrategias Comunicacionales Para El Fortalecimiento. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/9199/1/UPSE-TCO-2023-0023.pdf>
- Espíndola, C., y Cortez, P. (Mayo de 2023). Estrategias De Comunicación En La Difusión De Los Centros Culturales Del Cantón Salinas. *YACHASUN*, 7(12), 35- 47. <https://doi.org/https://doi.org/10.46296/yc.v7i12edespmayo.0313>
- Fernando González Luna, Dolores Gutiérrez Rico. (2015). Más allá de la inclusión educativa: Elementos para su desarrollo en una institución de educación superior. (Vol. Primera edición). (I. U. Español, Ed.) México, México: Instituto Universitario Anglo Español.
- Freire, P. (2017). *Pedagogy of the Oppressed*. Continuum.
- Frey, L. R. (2018). The evolution of communication strategies: An overview. *Journal of Communication*.
- Harvard Business School Faculty. (2023). *Communication Strategy: Articles, Research, & Case Studies on Communication Strategy*. Harvard Business School Working Knowledge.
- Herdoíza, M. (2015). Construyendo Igualdad en la Educación Superior. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación- SENESCYT, Senescyt/Unesco, Quito.
- Hernández-Sampieri, R & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (Vol. Sexta). México D.F., México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDIOTRES, S.A. DE C.V. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Herrera Seda, C., Pérez Salas, C., y Echeita, G. (2016). Teorías Implícitas y Prácticas de Enseñanza que Promueven la Inclusión Educativa en la Universidad. *Instrumentos y Antecedentes para la Reflexión y Discusión*. 9(5), 49-64. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000500006>
- Hugo, C. A. (2012). Marketing ecológico y turismo sostenible. <https://revistas.uea.edu.ec/index.php/racyt/article/download/26/28>
- Incheon. (2016). Educación 2030. Declaración de Incheon y Marco de Acción. Hacia una educación inclusiva y equitativa de calidad y un aprendizaje a lo largo de la vida para todos. UNESCO.
- IPCC. (2017). *Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability*. Cambridge University Press.

- Janet Camilo. (2020). Plan Nacional de igualdad y equidad de género. República Dominicana: PLANEG III.
- Kaplan, A. M. (2020). Social Media Marketing in a Changing World. . Business Horizons.
- Kerlinger, F. N. (2002). Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales . McGraw-Hill.
- Kim, Y. Y. (2021). Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication and Cross-Cultural Adaptation. Sage Publications.
- Klein, R. J. (2017). Inter-relationships between adaptation and mitigation. . Climate Policy.
- Kotler, P. &. (2016). Marketing Management. Pearson Education.
- Kretzmann, J. P. (2023). Building Communities from the Inside Out: A Path Toward Finding and Mobilizing a Community's Assets. ACTA Publications.
- Kunsch, M. M. (2020). Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. Summus Editorial.
- Kvale, S. (2016). Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing. Sage Publications.
- Marilyn, T.R. (2014). Plande desarrollo turístico sustentable. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1499/1/TOMAL%20ROSALES%20INGERBOTH%20MARILYN.pdf>
- Martinez, G. J. (2018). Estrategias comunicacionales y su relación en la recaudación de la tarifa del derecho de autor. <http://distancia.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1142/LAGUNA%20MARTINEZ%20Gina%20Jacqueline.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Matarasso, F. (2019). Community Participation in Local Arts and Cultural Activities: Mechanisms and Impacts. *Community Development Journal*, 4, 12-25.
- Mattessich, P. M. (2017). Community Building: What Makes It Work. Amherst H. Wilder Foundation.
- Mefalopulos, P. (2020). Understanding the nature of communication strategies. *Journal of Strategic Communication*, 3, 23-47.
- Men, L. R. (2021). Strategic Internal Communication: Transformational Leadership, Communication Channels, and Employee Satisfaction. *Management Communication Quarterly*.
- Montti, M. E. (2016). Diseño Metodológico Comunicacional. <https://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/26413/PROYECTO%20FINAL%20INTEGRADOR%20-%20MAESTR%C3%8DA%20EN%20COMUNICACI%C3%93N%20ESTRAT%C3%89GICA%20-%20MONTTI%202023.pdf?sequence=3>
- Muñoz Loayza, B. A. (2018). Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas. Machala: Repositorio digital Utmach. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>
- Oberg, K. (2016). Cultural Shock: Adjustment to New Cultural Environments. *Practical Anthropology*.
- 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.
- Pelling, M. (2021). Adaptation to Climate Change: From Resilience to Transformation. . Routledge.
- Piaget, J. (2020). The Origins of Intelligence in Children. International Universities Press.
- Putnam, R. D. (2020). Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. Simon & Schuster.
- 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. <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/espiga/article/view/1288/1353>
- Quirke, B. (2018). Making the Connections: Using Internal Communication to Turn Strategy into Action. Gower Publishing.
- Rivero Pino, Ramón. (2021). Instrumento para validación por especialistas de técnicas para la investigación "Desarrollo de Capacidades de Intervención Profesional Comunitaria, Familiar y de Género para la Inclusión Educativa Universitaria. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena.
- Rogers, E. M. (2018). Diffusion of Innovations. Free Press.
- Sam, D. L. (2020). Psychological Adaptation of Adolescents with Immigrant Backgrounds. *Journal of Social Psychology*.
- 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. <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>

SENESCYT. (2015). Construyendo Igualdad en la Educación Superior. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.

Servaes. (2012). <https://www.infoamerica.org/selecciones/articulo2.htm>

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

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

Solís Sabanero, A. (2016). La perspectiva de género en la educación. *Desarrollo profesional docente: reforma educativa, contenidos curriculares y procesos de evaluación*, 97-107.

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. <https://doi.org/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.

### **de intereses**

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

### **Declaración de responsabilidad de autoría**

Los autores del manuscrito señalado, DECLARAMOS que hemos contribuido directamente a su contenido intelectual, así como a la génesis y análisis de sus datos; por lo cual, estamos en condiciones de hacernos públicamente responsable de él y aceptamos que sus nombres figuren en la lista de autores en el orden indicado. Además, hemos cumplido los requisitos éticos de la publicación mencionada, habiendo consultado la Declaración de Ética y mala praxis en la publicación.

PhD. Paola Elizabeth Cortez Clavijo, Econ. Cynthia Espíndola Vásquez, Lic. Gerzon Cochea Panchana: Proceso de revisión de literatura y redacción del artículo.