



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Productos comunicacionales emitidos por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica sobre los beneficios de ley para las zonas de conservación altoandinas en la reserva de producción de fauna Chimborazo, durante 2022.

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en Ciencias de la
Comunicación**

AUTOR:

Ubilluz Tanguila Nathali Nicole

TUTOR:

Mgs. José Paúl Parra Mayorga

Riobamba, Ecuador. 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Nathali Nicole Ubilluz Tanguila, con cédula de ciudadanía 1500959349, autora del trabajo de investigación titulado: “Productos comunicacionales emitidos por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica sobre los beneficios de ley para las zonas de conservación Altoandinas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, durante 2022”, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 22 de enero de 2025.

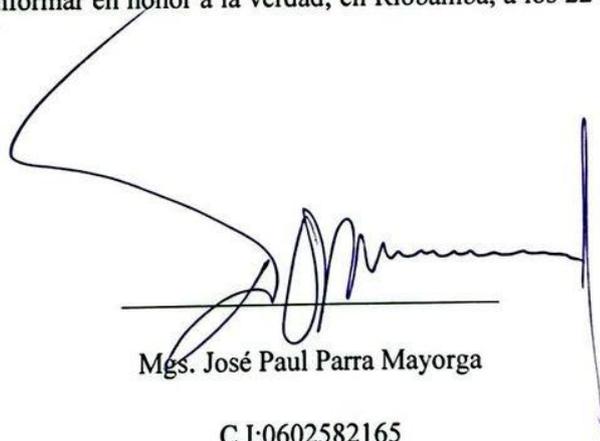


Nathali Nicole Ubilluz Tanguila
C.I: 1500959349

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, José Paul Parra Mayorga catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: “Productos comunicacionales emitidos por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica sobre los beneficios de ley para las zonas de conservación Altoandinas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, durante 2022”, bajo la autoría de Nathali Nicole Ubilluz Tanguila; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 22 del mes de enero de 2025.



Mgs. José Paul Parra Mayorga

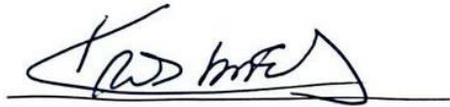
C.I:0602582165

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación: “Productos comunicacionales emitidos por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica sobre los beneficios de ley para las zonas de conservación Altoandinas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, durante 2022”, presentado por Nathali Nicole Ubilluz Tanguila, con cédula de identidad número 1500959349, bajo la tutoría del Mgs. José Paúl Parra Mayorga; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 22 de enero de 2025.

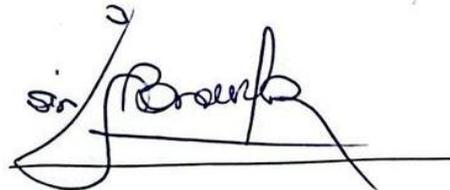
Carlos Larrea, PhD./Mgs.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Cristhian Miranda, PhD./Mgs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Julio Bravo, PhD./Mgs..
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-08.17
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **UBILLUZ TANGUILA NATHALI NICOLE** con CC: **1500959349**, estudiante de la Carrera **COMUNICACIÓN**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado " **Productos comunicacionales emitidos por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica sobre los beneficios de ley para las zonas de conservación altoandinas en la reserva de protección de fauna de Chimborazo, durante 2022.**", cumple con el 10 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 11 de diciembre de 2024


Mgs. José Paúl Parra Mayorga
TUTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por ser mi guía y fuente de fortaleza en cada paso del camino. A mis padres, quienes con su amor incondicional y su apoyo constante han hecho posible mi crecimiento personal y académico. Gracias por creer en mí y por ser mi inspiración y mi refugio.

Nathali Nicole Ubilluz Tanguila

AGRADECIMIENTO

Primero que todo, quiero dar gracias a Dios, por ser la luz y la fortaleza en cada etapa de este camino y en todos los aspectos de mi vida, a mi mamá por ser esa mujer guerrera y estar pese a todos los obstáculos para mí y mi hermano.

Mi sincero agradecimiento a mi tutor, José Paúl Parra Mayorga, por su invaluable orientación, paciencia y conocimientos, que han sido esenciales para la realización de este estudio. Su dirección experta y su constante motivación han sido cruciales en mi formación académica al igual que al Phd. Carlos Larrea, por adentrarme en el mundo de la investigación y ser un mago que siempre tenía algo que decir por ser ese aliento, cuando había días que me sentía insegura de si estaba haciendo bien o no las investigaciones en donde cada día se aprendía cosas nuevas, gracias infinitas y gracias por haberme permitido ser parte del Semillero de investigación.

Agradezco también a mis compañeros, Fernanda León, Nicol Izurieta, Verona Flores, Carolina Pazos, Geovanny Miranda, Saúl Damián, Daniel Carpio cuya amistad y colaboración han sido fundamentales para superar los desafíos que se presentaron durante todo este trayecto al igual que mis amigos de infancia Alexander Grefa y Zaul Espinosa por siempre estar guiándome en todo momento. Vuestro apoyo y compañerismo han sido un pilar fundamental en esta etapa de mi vida.

Nathali Nicole Ubilluz Tanguila

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	16
1.1 Planteamiento del Problema	17
1.2 Formulación del Problema	17
1.3 Objetivos	18
1.3.1 Objetivo General	18
1.3.2 Objetivos Específicos	18
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	19
2.1 Antecedentes.....	19
2.2 Fundamentación Teórica	20

2.2.1 Comunicación	20
2.2.2 Comunicación Ambiental.....	20
2.2.3 Importancia de la Comunicación en la Conservación de los Ecosistemas Altoandinos	21
2.2.4 Objetivos y Estrategias de la Comunicación Ambiental	22
2.2.5 Conservación de los Ecosistemas Altoandinos.....	22
2.2.6 Legislación y Políticas de Protección de las Zonas de Conservación Altoandinas	23
2.2.7 Beneficios Legales Derivados de la Protección de estos Ecosistemas	24
2.2.8 Efectividad de los Productos Comunicacionales	25
2.2.9 Productos Comunicacionales del Ministerio del Ambiente.....	25
2.2.10 Análisis de los Mensajes y Contenidos Transmitidos	26
2.2.11 Canales de Difusión utilizados por el Ministerio del Ambiente	27
2.2.12 Evaluación de la Efectividad de los Productos Comunicacionales en la Difusión de los Beneficios de Ley	28
2.2.13 Participación Ciudadana en la Conservación.....	29
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	33
3.1. Método de Investigación	33
3.1.1. Método Deductivo.....	33
3.2. Tipo de Investigación.....	33
3.2.1. Investigación Documental	33
3.2.2. Investigación de Campo	33

3.3	Diseño de la Investigación.....	33
3.3.1	Diseño no Experimental	33
3.4.	Enfoque de la Investigación	34
3.4.1.	Enfoque Cualitativo.....	34
3.5.	Nivel de la Investigación.....	34
3.5.1.	Investigación Descriptiva	34
3.6.	Población y Muestra.....	34
3.6.1.	Determinación de la Población	34
3.6.2.	Selección de la Muestra.....	34
3.7	Análisis de las Entrevistas.....	35
3.7.1	Cuadro Comparativo de las Entrevistas realizadas a los Técnicos del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica	36
3.7.2	Análisis Crítico de los Productos Comunicacionales Emitidos en 2022 ...	38
a.	Resultados de la Revisión de la Página de Facebook de la Dirección Zonal 3 del MAATE	38
c.	Campañas y Estrategias Digitales	41
d.	Participación en Eventos Internacionales	43
3.7.3	Iniciativas de Participación Comunitaria.....	44
3.8	Análisis de Contenido de los Productos Comunicacionales	44
3.8.1	Matriz de Análisis de Contenido.....	44
3.9	Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos.....	49
3.9.1.	Técnicas de Recolección de Información.....	49

3.9.2. Instrumentos de Recolección de Información	49
3.10 Técnicas de Procedimientos e Interpretación de Datos.....	49
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	53
4.1 Análisis de Resultados	53
4.1.1 Resultados de las Entrevistas	53
4.2 Diagrama de Análisis de Contenido para la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.....	59
4.3 Discusión de Resultados	60
4.3.1 Evaluación de Indicadores	61
4.4 Desarrollo de un artículo científico a partir de los resultados de la investigación	63
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	64
5.1 Conclusiones.....	64
5.2 Recomendaciones	65
Bibliografía	66
ANEXOS	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro Comparativo de Entrevistas con Técnicos del MAATE	36
Tabla 2 Matriz de análisis de contenido.....	45
Tabla 3 Operacionalización de las Variables	50
Tabla 4 Evaluación de Indicadores	62

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Diagrama de análisis de contenido	59
--	----

RESUMEN

El objetivo central de esta tesis es determinar la efectividad de los productos comunicacionales emitidos por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica en 2022, enfocados en los beneficios de ley para las zonas de conservación altoandinas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. Este estudio busca evaluar cómo estos materiales han influido en la conciencia y participación de la comunidad en la conservación de estas áreas críticas. Utilizando un enfoque cualitativo que combina técnicas de investigación documental y entrevistas, se analizan tanto los contenidos comunicativos como las percepciones de los actores involucrados.

Los resultados indican que, aunque los productos comunicacionales han tenido éxito en aumentar la conciencia sobre la importancia de la conservación, su capacidad para motivar una participación comunitaria activa y duradera es limitada. Estos hallazgos subrayan la necesidad de reformular las estrategias de comunicación del Ministerio para hacerlas más interactivas y alineadas con las expectativas y necesidades de las comunidades locales.

Se espera que los resultados de esta investigación contribuyan a una mejor comprensión de la estrategia comunicacional utilizada por el Ministerio del Ambiente y a la evaluación de su impacto en la concienciación y participación de la comunidad en la protección y conservación de las zonas altoandinas. Además, se pretende identificar posibles áreas de mejora y ofrecer recomendaciones para fortalecer la difusión de información sobre los beneficios de ley y promover una mayor participación ciudadana en la conservación de estos importantes ecosistemas.

Palabras clave: Conservación de zonas Altoandinas, productos comunicacionales, participación comunitaria, Ministerio del Ambiente, estrategias de comunicación.

Abstract

The central objective of this thesis is to determine the effectiveness of the communication products issued by the Ministry of the Environment, Water, and Ecological Transition in 2022, focused on the legal benefits for high Andean conservation areas in the Chimborazo Wildlife Production Reserve. This study evaluates how these materials have influenced community awareness and participation in conserving these critical areas. The communicative content and the perceptions of the involved actors are analyzed using a qualitative approach that combines documentary research techniques and interviews.

The results indicate that, although the communication products have succeeded in raising awareness about the importance of conservation, their ability to motivate active and lasting community participation is limited. These findings highlight the need to reformulate the Ministry's communication strategies to make them more interactive and aligned with the expectations and needs of local communities.

The results of this research are expected to contribute to a better understanding of the Ministry of the Environment's communication strategy and the evaluation of its impact on community awareness and participation in the protection and conservation of high Andean areas. Additionally, it aims to identify possible areas for improvement and offer recommendations to strengthen the dissemination of information about legal benefits and promote greater citizen participation in conserving these critical ecosystems.

Keywords: High Andean conservation, communication products, community participation, Ministry of the Environment, communication strategies.

Reviewed by:



Lcda. Yesenia Merino Uquillas

ENGLISH PROFESSOR

0603819871

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La comunicación efectiva a nivel institucional es crucial para la conservación de los ecosistemas altoandinos y para generar conciencia sobre los beneficios legales asociados con las zonas de conservación. Autores como Villacis (2020) y Rosero (2022) han destacado la importancia de las estrategias de comunicación en la conservación ambiental. La Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, ubicada en la región andina de Ecuador, alberga una gran diversidad de especies y ecosistemas de gran importancia ecológica. La conservación de los ecosistemas altoandinos ha sido reconocida como una prioridad para la protección y preservación de la biodiversidad (Alarcón & Salinas, 2022).

En este contexto, el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica ha implementado diversas estrategias de comunicación para informar y concientizar a la población acerca de los beneficios legales y ambientales derivados de la protección de estas zonas de conservación. Sin embargo, es fundamental evaluar la efectividad de estos productos comunicacionales para asegurar que cumplen su objetivo de promover la conciencia y la participación comunitaria.

Autores como Maldonado & Sánchez (2020) y Croucher (2011) señalan que la comunicación ambiental efectiva trasciende las barreras culturales y se adapta a las necesidades, valores y preocupaciones específicas de la audiencia. La comunicación debe ser bidireccional, permitiendo una interacción genuina con la comunidad.

La presente investigación tiene como objetivo analizar la efectividad de los productos comunicacionales emitidos por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica en 2022, enfocados en los beneficios de ley para las zonas de conservación altoandinas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. Este estudio busca evaluar cómo estos materiales han influido en la conciencia y participación de la comunidad en la conservación de estas áreas críticas.

1.1 Planteamiento del Problema

La comunicación efectiva a nivel institucional es crucial para la conservación de los ecosistemas altoandinos y para generar conciencia sobre los beneficios legales asociados con las zonas de conservación. Sin embargo, es evaluar la efectividad de los productos comunicacionales emitidos por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, específicamente en relación con los beneficios de ley para la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

El problema central de este estudio es determinar si los productos comunicacionales del Ministerio han sido efectivos en transmitir la importancia y los beneficios legales de la protección de estas zonas. Además, se busca entender el impacto de estos productos en la concienciación y participación comunitaria en la conservación de los ecosistemas altoandinos.

Utilizando técnicas de investigación como el análisis documental, este estudio evaluará una variedad de documentos, incluyendo investigaciones académicas, informes y material divulgativo, para analizar la efectividad de la comunicación del Ministerio. Este análisis es relevante no solo para comprender la estrategia comunicacional actual, sino también para determinar su impacto en la comunidad y sugerir mejoras potenciales. Los hallazgos podrían ofrecer recomendaciones específicas para fortalecer la comunicación institucional sobre los beneficios de ley y aumentar la participación ciudadana en la conservación de estos importantes ecosistemas.

1.2 Formulación del Problema

¿Qué calidad de productos comunicacionales ha elaborado el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica en cuanto a la promoción de los beneficios de ley en la conservación Altoandinas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, durante el 2022?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Analizar la calidad de los productos comunicacionales emitidos por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, con relación a los beneficios de ley para las zonas de conservación Altoandinas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Evaluar las estrategias comunicacionales utilizadas por el Ministerio del Ambiente, para la difusión de los beneficios de ley en las zonas de conservación Altoandinas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.
2. Determinar el impacto de los productos comunicacionales en la concienciación y participación de la comunidad en la protección y conservación de las zonas altoandinas.
3. Elaborar un artículo científico que presente los principales hallazgos y recomendaciones para mejorar las estrategias de comunicación del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

La efectividad de los productos comunicacionales sobre la conservación ambiental ha sido un tema central en diversas investigaciones, las cuales han proporcionado perspectivas valiosas para este estudio. A continuación, se presentan estudios relevantes que destacan la influencia de estos productos en la percepción pública y la participación comunitaria.

En el estudio titulado "Impacto emocional de las campañas ambientales", se investigó cómo las emociones generadas por las campañas publicitarias del Ministerio del Ambiente afectan la participación comunitaria en la conservación de las zonas altoandinas. El objetivo principal fue examinar la relación entre las emociones provocadas y el compromiso con la conservación, concluyendo que los mensajes que evocaban sentimientos positivos incrementaban significativamente el compromiso y la acción comunitaria (Villacis, 2020).

La investigación "Efectividad de los medios digitales en la conservación ambiental" evaluó la capacidad de las plataformas digitales para comunicar los beneficios de la legislación ambiental. Este estudio reveló que las redes sociales y otras plataformas en línea son herramientas eficaces para alcanzar audiencias más amplias y fomentar la participación activa en la conservación (Rosero, 2022).

El informe de la investigación sobre "Accesibilidad de la información ambiental en medios tradicionales" exploró cómo la información transmitida a través de medios convencionales como la televisión y la radio llega al público general. Se concluyó que, a pesar de la efectividad de estos medios para aumentar la conciencia, las barreras en la accesibilidad de la información aún persisten, lo que sugiere la necesidad de mejoras en la comunicación (Alarcón & Salinas, 2022).

La investigación titulada "Impacto de materiales educativos en la conservación de la biodiversidad" estudió la claridad y efectividad de los materiales educativos producidos y

distribuidos por el Ministerio del Ambiente. Los resultados mostraron que dichos materiales fueron bien recibidos por el público en general, lo cual contribuyó efectivamente a una mayor comprensión y participación en las actividades de conservación (Naranjo, 2022).

Estas referencias subrayan la importancia de una comunicación efectiva para la conservación ambiental y proporcionan un marco teórico relevante para evaluar y mejorar los productos comunicacionales del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica en relación con la conservación de las zonas altoandinas.

2.2 Fundamentación Teórica

2.2.1 Comunicación

La comunicación es un proceso mediante el cual se transmiten y reciben mensajes a través de un canal común para ambos interlocutores. (Weaver, 1949), la comunicación implica la transferencia de información de un emisor a un receptor, reduciendo la incertidumbre y facilitando la comprensión mutua. En este sentido, la teoría de la comunicación se aplica para analizar cómo los mensajes se diseñan, transmiten y reciben, y cómo estos procesos afectan la efectividad del intercambio de información.

2.2.2 Comunicación Ambiental

La comunicación ambiental se define como el proceso de intercambio de información, mensajes y significados relacionados con el medio ambiente, con el objetivo de promover la comprensión, la sensibilización y la acción en favor de la protección y conservación del entorno natural. Esta forma de comunicación se basa en la difusión de mensajes claros, precisos y accesibles, con el propósito de generar conciencia sobre la importancia de los recursos naturales, la biodiversidad y los desafíos ambientales que enfrentamos así lo menciona (Maldonado & Sánchez, 2020).

La comunicación ambiental se caracteriza por ser multidireccional, participativa e inclusiva. Se busca establecer una comunicación bidireccional entre los emisores de mensajes

y el público receptor, fomentando la participación activa de la sociedad en la toma de decisiones y acciones relacionadas con la protección del medio ambiente. Asimismo, esta forma de comunicación se enfoca en la transmisión de valores, actitudes y comportamientos que contribuyan al desarrollo sostenible y a la preservación de los ecosistemas.

Croucher, por su parte manifiesta que la comunicación ambiental, en su forma más efectiva, trasciende las barreras culturales y se adapta a las necesidades, valores y preocupaciones específicas de la audiencia. Al considerar la diversidad de perspectivas culturales y contextos locales, la comunicación ambiental puede lograr una mayor resonancia y relevancia, facilitando la comprensión y la acción. No se trata de imponer un mensaje estándar, sino de escuchar y adaptar la comunicación para establecer conexiones genuinas con las comunidades y las personas a las que se dirige (Croucher, 2011).

2.2.3 Importancia de la Comunicación en la Conservación de los Ecosistemas Altoandinos

La comunicación juega un papel fundamental en la conservación de los ecosistemas altoandinos, considerados como áreas de gran importancia ecológica y biodiversidad. La transmisión efectiva de información y mensajes relacionados con los beneficios de ley para estas zonas de conservación es crucial para sensibilizar a la población, promover la participación ciudadana y garantizar la protección y preservación de estos entornos naturales. (Suárez & Gómez , 2021).

Al generar conciencia sobre la conservación de los ecosistemas altoandinos a través de la comunicación, se inspira a las personas para actuar a favor de la conservación ambiental.

Esto significa que la comunicación contribuye a generar conciencia sobre la fragilidad y los desafíos que enfrentan los ecosistemas altoandinos, así como sobre los beneficios sociales, ambientales y económicos que se derivan de su conservación. Además, facilita la comprensión de las regulaciones y normativas existentes para la protección de estas áreas, promoviendo la adhesión a las leyes y el involucramiento activo de la comunidad en su preservación (García et al., 2018).

2.2.4 Objetivos y Estrategias de la Comunicación Ambiental

Los objetivos de la comunicación ambiental en el contexto de los ecosistemas altoandinos abarcan diferentes aspectos. En primer lugar, busca informar y educar a la población sobre la importancia y el valor de estas áreas protegidas, resaltando los beneficios que aportan a nivel social, económico y ambiental. Asimismo, persigue fomentar una mayor participación ciudadana en la toma de decisiones y acciones relacionadas con la conservación, promoviendo una ciudadanía activa y responsable (Maldonado & Sánchez, 2020).

Las estrategias de comunicación ambiental utilizadas para alcanzar estos objetivos varían en función de los públicos objetivo y los canales de comunicación disponibles. Entre las estrategias comunes se encuentran la producción y difusión de material educativo y divulgativo, la organización de eventos y campañas de sensibilización, la utilización de medios de comunicación tradicionales y digitales, y la promoción de la participación ciudadana a través de redes y plataformas colaborativas.

2.2.5 Conservación de los Ecosistemas Altoandinos

Los ecosistemas altoandinos se caracterizan por ser áreas montañosas ubicadas en las zonas altas de la cordillera andina, generalmente por encima de los 3,000 metros sobre el nivel del mar. Estos ecosistemas se encuentran en regiones como los Andes de América del Sur, donde se presentan condiciones climáticas extremas, como bajas temperaturas, fuertes vientos y altos niveles de radiación solar (García et al., 2018).

La conservación de los ecosistemas altoandinos es crucial para mantener la biodiversidad y los servicios ecosistémicos que proveen a las comunidades locales, así como para mitigar los efectos del cambio climático en la región. Estos ecosistemas albergan una gran variedad de especies endémicas y son hábitats clave para especies en peligro de extinción. Además, brindan servicios esenciales como la regulación del ciclo del agua, la protección contra deslizamientos de tierra y la captura de carbono. La pérdida de estos ecosistemas tendría

un impacto negativo tanto en la biodiversidad como en el bienestar humano de las comunidades que dependen de ellos (Torres et al., 2021).

Por otra parte, la conservación de los ecosistemas altoandinos no solo es importante para la biodiversidad y los servicios ecosistémicos, sino que también es fundamental para la seguridad alimentaria y el bienestar humano de las comunidades locales que dependen de estos recursos. Estos ecosistemas proveen alimentos tradicionales, como papas nativas y quinua, que son fuentes vitales de nutrientes para las comunidades andinas. Además, actúan como reguladores del clima, contribuyendo a la estabilidad de los cultivos agrícolas y a la disponibilidad de agua para riego (Gutiérrez, 2023)

La importancia ecológica de los ecosistemas altoandinos radica en su alta diversidad biológica y su papel en la regulación de los recursos hídricos. Estas áreas albergan una gran variedad de especies endémicas y representan hábitats clave para la supervivencia de plantas y animales adaptados a condiciones extremas. Además, los ecosistemas altoandinos actúan como reguladores naturales del ciclo hidrológico, capturando agua de las precipitaciones y liberándola gradualmente, lo que contribuye a la provisión de agua para diferentes usos, como el consumo humano, la agricultura y la generación de energía hidroeléctrica.

2.2.6 Legislación y Políticas de Protección de las Zonas de Conservación Altoandinas

La protección de los ecosistemas altoandinos se encuentra respaldada por una serie de legislaciones y políticas que buscan salvaguardar su integridad y promover su conservación. En el contexto de Ecuador, la Constitución del país reconoce el derecho de la naturaleza a existir, mantenerse y regenerarse. Además, se ha establecido un marco normativo que incluye leyes como la Ley Orgánica de Ambiente y el Código Orgánico del Ambiente, que definen los mecanismos y regulaciones para la conservación de los recursos naturales (Villacis, 2020).

Según la ley de conservación Ambiental del Ecuador, las zonas de conservación altoandinas están protegidas por diversas legislaciones y políticas ambientales. La Ley

establece que estas áreas son consideradas patrimonio natural del país y deben ser conservadas y gestionadas de manera sostenible. Además, se promueve la participación ciudadana en la planificación y manejo de estas zonas, así como la protección de los ecosistemas frágiles y la biodiversidad que albergan (Ministerio del Ambiente del Ecuador, 2004).

En el Plan Nacional para el Buen Vivir del Ecuador, se reconoce la importancia de las zonas de conservación altoandinas para el bienestar de las comunidades locales y se establecen políticas para su protección y manejo sostenible. El Plan enfatiza la necesidad de fortalecer los mecanismos de participación ciudadana y promover el turismo sostenible como una herramienta para el desarrollo económico de estas áreas (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES, 2017).

En específico, se han establecido zonas de conservación Altoandinas en áreas como la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, con el objetivo de proteger los ecosistemas y las especies que allí habitan. Estas zonas cuentan con planes de manejo y regulaciones específicas que buscan preservar la biodiversidad, regular el uso de los recursos naturales y promover el desarrollo sostenible en armonía con el entorno.

2.2.7 Beneficios Legales Derivados de la Protección de estos Ecosistemas

La protección de los ecosistemas altoandinos conlleva una serie de beneficios legales tanto para la comunidad local como para la sociedad en general. Entre los beneficios más destacados se encuentran la conservación de la biodiversidad y los servicios ecosistémicos. La preservación de la diversidad biológica en estas áreas contribuye a mantener la estabilidad de los ecosistemas, así como a la protección de especies endémicas y en peligro de extinción.

Además, la protección de los ecosistemas altoandinos asegura la provisión de servicios ecosistémicos cruciales, como la regulación del ciclo hidrológico y la provisión de agua de calidad. Estos servicios son fundamentales para la vida humana y el desarrollo sostenible, ya

que garantizan el abastecimiento de agua para el consumo humano, la agricultura, la generación de energía y otros usos.

2.2.8 Efectividad de los Productos Comunicacionales

La efectividad de los productos comunicacionales ha sido analizada por varios autores. Por ejemplo, (Berger, 2013) afirma: "Los productos comunicacionales efectivos son aquellos que logran transmitir el mensaje de manera clara y persuasiva, aumentando la probabilidad de que se comparta". Al respecto, (Kotler & Armstrong , 2018) manifiestan: "La efectividad de los productos comunicacionales también depende de la adecuación del mensaje al público objetivo y su capacidad para atraer la atención". Por otro lado, (Heath & Heath , 2017) mencionan: "La creatividad y la originalidad son elementos clave para lograr la efectividad en los productos comunicacionales, ya que permiten que el mensaje sea memorable".

2.2.9 Productos Comunicacionales del Ministerio del Ambiente

El Ministerio del Ambiente utiliza una variedad de productos comunicacionales para transmitir mensajes relacionados con los beneficios de ley para las zonas de conservación Altoandinas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. Estos productos incluyen, entre otros, campañas publicitarias, materiales educativos y comunicación digital (Suárez & Gómez , 2021).

Las campañas publicitarias se diseñan con el objetivo de captar la atención de la población y generar conciencia sobre la importancia de la conservación de los ecosistemas altoandinos. Estas campañas suelen utilizar diferentes medios de comunicación, como la televisión, la radio y vallas publicitarias, para llegar a un público amplio (De Jesús, 2021).

Los materiales educativos son creados con el propósito de informar y educar a la población sobre los beneficios legales y ambientales que se derivan de la protección de las zonas de conservación Altoandinas. Estos materiales pueden incluir folletos, guías, manuales

y otros recursos didácticos que faciliten la comprensión de la importancia de la conservación y promuevan la participación ciudadana.

La comunicación digital ha ganado relevancia en los últimos años y el Ministerio del Ambiente utiliza diversos canales en línea, como las redes sociales, sitios web y aplicaciones móviles, para difundir información y mensajes relacionados con la conservación de los ecosistemas altoandinos. Estas plataformas digitales permiten alcanzar a un público más amplio, facilitando la interacción y participación activa de la comunidad.

2.2.10 Análisis de los Mensajes y Contenidos Transmitidos

Según Pérez & Gómez, los mensajes y contenidos transmitidos por el Ministerio del Ambiente de Ecuador a través de sus canales de difusión buscan sensibilizar a la población sobre la importancia de la conservación del medio ambiente y promover acciones individuales y colectivas para su protección. Estos mensajes se enfocan en temas como el cambio climático, la biodiversidad, la gestión de residuos y el uso sostenible de los recursos naturales (Pérez et al., 2021).

Un análisis de los mensajes y contenidos transmitidos en los productos comunicacionales del Ministerio del Ambiente revela la importancia de resaltar los beneficios de ley para las zonas de conservación Altoandinas. Estos mensajes suelen enfocarse en la protección de la biodiversidad, la conservación de los recursos naturales y la promoción del desarrollo sostenible en armonía con el entorno (Jiménez. & Torres , 2019).

Además, se busca transmitir la importancia de la participación ciudadana en la conservación de estos ecosistemas, promoviendo la conciencia ambiental y resaltando el papel activo que puede desempeñar cada individuo en la protección de los recursos naturales (Villacis, 2020).

Los contenidos de los productos comunicacionales incluyen información sobre las especies endémicas presentes en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, los servicios

ecosistémicos que brindan los ecosistemas altoandinos, los impactos negativos de la degradación ambiental y las acciones que se están llevando a cabo para garantizar su conservación (Jiménez. & Torres , 2019).

2.2.11 Canales de Difusión utilizados por el Ministerio del Ambiente

El Ministerio del Ambiente utiliza diversos canales de difusión para llegar a la población con sus productos comunicacionales. Estos canales incluyen medios tradicionales, como la televisión, la radio, los periódicos y las vallas publicitarias, que permiten alcanzar a un público más amplio y diverso (Villacis, 2020).

Además, se emplean canales digitales, como las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.), sitios web institucionales y aplicaciones móviles, para llegar a un público más joven y conectado. Estos canales digitales permiten una comunicación más interactiva y facilitan la difusión rápida de información a través de comparticiones y comentarios (De Jesús, 2021).

Asimismo, se realizan actividades de difusión y sensibilización en eventos locales, ferias ambientales, charlas y conferencias, donde se brinda información directa a la población interesada en la conservación de los ecosistemas altoandinos.

Además, (Gómez et al., 2019) mencionan que el Ministerio del Ambiente ha establecido alianzas estratégicas con otras organizaciones y entidades gubernamentales para fortalecer sus programas de comunicación ambiental. Estas colaboraciones permiten ampliar el alcance de las campañas y llegar a diferentes segmentos de la población. Asimismo, se han desarrollado materiales educativos y se organizan eventos y actividades en escuelas y comunidades locales para fomentar la participación ciudadana en la protección del ambiente.

2.2.12 Evaluación de la Efectividad de los Productos Comunicacionales en la Difusión de los Beneficios de Ley

La evaluación de la efectividad de los productos comunicacionales del Ministerio del Ambiente se enfoca en determinar en qué medida estos han logrado difundir información relevante sobre los beneficios de ley para las zonas de conservación Altoandinas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. Se utilizan diversas metodologías, como encuestas, entrevistas y análisis de datos cuantitativos y cualitativos, para medir la penetración de los mensajes en la población y evaluar su comprensión (De Jesús, 2021).

La efectividad se evalúa considerando la cantidad de personas alcanzadas por los productos comunicacionales, la retención de la información transmitida, la respuesta de la audiencia ante los mensajes y la capacidad de generar cambios de actitud y comportamiento. Se analizan indicadores como el nivel de conocimiento de la población sobre los beneficios de ley, la percepción de la importancia de la conservación de los ecosistemas altoandinos y la intención de participar en acciones de protección y conservación.

El impacto de los productos comunicacionales se evalúa en términos de su capacidad para generar concienciación y promover la participación ciudadana en la conservación de los ecosistemas altoandinos. Se busca medir el grado en que los mensajes transmitidos han logrado sensibilizar a la población sobre la importancia de la protección ambiental y han motivado la adopción de comportamientos responsables (Jiménez. & Torres , 2019).

La participación ciudadana puede manifestarse en diversas formas, como el apoyo a iniciativas de conservación, la participación en actividades de voluntariado, la contribución económica a proyectos ambientales y la promoción de acciones de sensibilización en la comunidad. Se realizan estudios para evaluar el impacto de los productos comunicacionales en el aumento de la participación ciudadana y la generación de cambios en las actitudes y comportamientos individuales y colectivos.

Para comprender mejor la efectividad de los productos comunicacionales, se recopilan opiniones y percepciones de la población sobre estos. Se realizan encuestas, entrevistas y grupos focales para obtener retroalimentación directa de la audiencia objetivo. Se exploran aspectos como la comprensión de los mensajes transmitidos, la claridad y relevancia de la información, la credibilidad percibida del Ministerio del Ambiente y la influencia de los productos comunicacionales en la toma de decisiones y comportamientos (Alarcón & Salinas, 2022).

Las opiniones y percepciones de la población proporcionan una visión integral de cómo los productos comunicacionales son recibidos y percibidos por la audiencia. Estas opiniones pueden revelar fortalezas y debilidades en la estrategia comunicacional, identificar áreas de mejora y proporcionar recomendaciones para optimizar la efectividad de los productos comunicacionales.

Por otra parte, las opiniones y percepciones de la población sobre los productos comunicacionales varían ampliamente. Algunos individuos consideran que los productos comunicacionales son una herramienta efectiva para informarse y mantenerse conectados con el mundo, mientras que otros expresan preocupaciones sobre la veracidad de la información y el impacto negativo en la salud mental. Además, se han identificado diferencias generacionales en las preferencias de consumo de medios, con los jóvenes mostrando una mayor inclinación hacia las plataformas digitales y las redes sociales. Asimismo, se ha observado que la percepción de los productos comunicacionales puede estar influenciada por factores socioeconómicos y culturales, así como por la exposición a diferentes fuentes de información (Livingstone, 2018).

2.2.13 Participación Ciudadana en la Conservación

La participación ciudadana en la conservación es fundamental para la sostenibilidad ambiental. La colaboración activa de la comunidad en la toma de decisiones y la

implementación de medidas de conservación no solo fortalece el compromiso cívico, sino que también enriquece la gestión de los recursos naturales, asegurando su protección a largo plazo (Aceves-Bueno, y otros, 2015).

Sobre la conservación de la biodiversidad donde la población juega un papel fundamental al reconocer el impacto ambiental, Gómez al respecto manifiesta lo siguiente:

“La conservación efectiva de la biodiversidad requiere la participación y el compromiso de la sociedad. La ciudadanía desempeña un papel clave en la identificación de problemas ambientales, la generación de soluciones y la promoción de prácticas sostenibles. La participación ciudadana en la conservación no solo beneficia a la naturaleza, sino que también empodera a las comunidades locales y fortalece su sentido de pertenencia" (p. 25-38).

La participación ciudadana desempeña un papel crucial en la conservación de los ecosistemas altoandinos. Los ciudadanos son actores fundamentales en la protección y preservación de estas áreas, ya que su compromiso activo contribuye a la sostenibilidad a largo plazo de los ecosistemas y al bienestar de las comunidades locales (De Jesús, 2021)

La participación ciudadana permite una mayor apropiación de las áreas protegidas por parte de la comunidad, promoviendo el sentido de responsabilidad y pertenencia. Además, la participación ciudadana facilita la colaboración entre diferentes grupos de interés, como comunidades locales, organizaciones no gubernamentales y entidades gubernamentales, para desarrollar enfoques integrados y participativos en la toma de decisiones y la implementación de proyectos de conservación. Para ello se han implementado una serie de estrategias, como se muestra a continuación:

- La comunicación juega un papel fundamental en el fomento de la participación ciudadana en la conservación de los ecosistemas altoandinos. Las estrategias comunicacionales deben ser diseñadas de manera efectiva para informar, educar, movilizar y empoderar a la población. Algunas estrategias clave incluyen (Alarcón & Salinas, 2022).

- **Información accesible:** La comunicación debe proporcionar información clara y accesible sobre los beneficios de la conservación y las oportunidades de participación ciudadana. Esto implica utilizar un lenguaje comprensible, formatos visuales atractivos y canales de comunicación adecuados para llegar a diferentes segmentos de la población.
- **Educación ambiental:** La comunicación ambiental puede desempeñar un papel educativo importante al promover la comprensión de los valores ecológicos de los ecosistemas altoandinos y las implicaciones de su conservación. Esto puede lograrse a través de campañas educativas, talleres, charlas y material educativo que fomente la conciencia ambiental y la responsabilidad individual.
- **Participación activa:** La comunicación debe fomentar la participación activa de la ciudadanía, brindando oportunidades para involucrarse en proyectos de conservación, actividades de monitoreo, voluntariado y decisiones relacionadas con la gestión de las áreas protegidas. Esto promueve la corresponsabilidad y el empoderamiento de la comunidad en la toma de decisiones y la implementación de acciones concretas.

Es importante destacar las experiencias exitosas de participación ciudadana en la conservación de áreas protegidas. Estas iniciativas involucran a las comunidades locales en la toma de decisiones y en la implementación de prácticas sostenibles en el manejo de los recursos naturales. Por ejemplo, en México, el programa de pago por servicios ambientales ha permitido que las comunidades locales reciban incentivos económicos por la conservación de los bosques y la biodiversidad. En Colombia, la creación de consejos comunitarios en áreas protegidas ha permitido que las comunidades locales tengan voz y voto en la toma de decisiones relacionadas con el manejo de los recursos naturales (Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2018).

Existen numerosas experiencias exitosas de participación ciudadana en la conservación de áreas protegidas, tanto a nivel nacional como internacional. Estas experiencias pueden servir como ejemplos inspiradores y brindar lecciones aprendidas para la promoción de la participación ciudadana en la conservación de los ecosistemas altoandinos (García et al., 2018).

Algunos ejemplos incluyen la creación de comités de participación ciudadana en la gestión de áreas protegidas, la implementación de programas de voluntariado ambiental, la promoción de actividades ecoturísticas sostenibles que involucren a las comunidades locales, y la colaboración entre organizaciones gubernamentales, no gubernamentales y comunidades indígenas para el manejo conjunto de áreas protegidas (De Jesús, 2021).

Estas experiencias exitosas resaltan la importancia de la participación ciudadana como un pilar fundamental en la conservación de los ecosistemas altoandinos, y cómo la comunicación efectiva puede desempeñar un papel clave en el fomento de esta participación activa y comprometida.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.

Este capítulo describe la metodología utilizada para examinar el impacto de los productos comunicacionales del Ministerio del Ambiente sobre la concienciación y participación comunitaria en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. Se emplearon métodos cualitativos, principalmente a través de entrevistas y análisis documental, para capturar las percepciones detalladas. La estructura y procedimientos específicos se detallan a continuación.

3.1. Método de Investigación

3.1.1. Método Deductivo

En este estudio se utilizó un enfoque deductivo para analizar los productos comunicacionales en la percepción y participación de la comunidad respecto a la conservación de las zonas Altoandinas.

3.2. Tipo de Investigación

3.2.1. Investigación Documental

Se revisaron documentos y materiales emitidos por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica durante el año 2022 para analizar la calidad y efectividad de los productos comunicacionales sobre los beneficios de ley para la conservación.

3.2.2. Investigación de Campo

Se recopilaron datos cualitativos mediante entrevistas para medir la percepción y opinión de la población respecto a los productos comunicacionales, complementando el análisis documental.

3.3 Diseño de la Investigación

3.3.1 Diseño no Experimental

El diseño de esta investigación fue no experimental, ya que se analizaron los datos existentes y se recolectaron nuevos datos sin manipular variables experimentales.

3.4. Enfoque de la Investigación

3.4.1. Enfoque Cualitativo

Este estudio empleó un enfoque cualitativo para analizar en profundidad los contenidos de los productos comunicacionales emitidos por el Ministerio del Ambiente sobre los beneficios de ley para las zonas de conservación Altoandinas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo durante el año 2022. El enfoque se centró en comprender los mensajes transmitidos y evaluar la claridad, efectividad y coherencia de estos.

Se realizaron entrevistas detalladas a expertos para obtener perspectivas sobre cómo estos productos comunicacionales afectan su percepción y participación en actividades de conservación. La revisión exhaustiva de documentos y el análisis de contenido de las entrevistas proporcionaron una visión rica y contextualizada de la comunicación del Ministerio.

3.5. Nivel de la Investigación

3.5.1. Investigación Descriptiva

Se describieron los productos comunicacionales y se evaluó su impacto en la concienciación y participación ciudadana, describiendo y analizando los datos obtenidos.

3.6. Población y Muestra

3.6.1. Determinación de la Población

La población de este estudio está compuesta por profesionales del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica (MAATE), quienes están directamente involucrados en la formulación, implementación y evaluación de estrategias de comunicación ambiental enfocadas en la conservación de las zonas Altoandinas.

3.6.2. Selección de la Muestra

Se seleccionó una muestra representativa de expertos en comunicación ambiental del MAATE para realizar entrevistas en profundidad. La muestra incluye a:

- Ingeniero Paúl Erazo: Con más de 5 años de experiencia, destacó la necesidad de mejorar la comunicación sobre los beneficios legales de la conservación y sugirió integrar más testimonios locales.
- Ingeniero Juan Carlos Peña: Con 4 años de experiencia, consideró que la efectividad de los productos comunicacionales fue moderada y recomendó consolidar equipos multidisciplinarios y contar una historia sólida en la comunicación.
- Ingeniero Carlos Cepeda: Con 4 años de experiencia como Coordinador de Comunicaciones, destacó el éxito de la página web "Visita Chimborazo" y recomendó mejorar la infraestructura de comunicación en áreas rurales.

3.7 Análisis de las Entrevistas

El Ingeniero Paúl Erazo, con más de 5 años de experiencia, subraya que aunque los productos comunicacionales de 2022 fueron visuales y educativos, no lograron explicar completamente los beneficios legales de la conservación, lo que es crucial para la comprensión del público. La campaña del video interactivo sobre la biodiversidad de Chimborazo fue destacada como exitosa, incrementando notablemente las visitas y el voluntariado. Sin embargo, aunque la estrategia comunicacional alcanzó efectivamente a los jóvenes a través de las redes sociales, necesita fortalecer la conexión con las poblaciones ancianas y rurales. Erazo sugiere integrar más testimonios de residentes locales y expertos para hacer los mensajes más creíbles y propone considerar más talleres in situ en las comunidades para complementar las campañas digitales. Estos puntos reflejan la importancia de una comunicación clara y accesible que resuene con los valores del público, como subrayan Maldonado y Sánchez (2020).

El Ingeniero Juan Carlos Peña, con 4 años de experiencia en su rol, considera que la efectividad de los productos comunicacionales ha sido moderada debido a la falta de comprensión de las autoridades sobre la importancia de una comunicación turística efectiva. La campaña del Taita Chimborazo fue bien recibida, pero destacó la necesidad de más

orientación y discusión sobre cómo organizarse y a quién acudir. Las fortalezas de la estrategia incluyen una amplia gama de recursos visuales, pero las debilidades se centran en las limitaciones impuestas por la política pública. Peña recomienda consolidar equipos multidisciplinarios y vender experiencias en lugar de productos. Además, señala que aún no se han transmitido efectivamente los beneficios legales de la conservación, y sugiere partir de una historia sólida y bien construida para mejorar la comunicación. Esto refleja la necesidad de una comunicación ambiental efectiva que promueva el compromiso público, como sugiere Croucher (2011).

El Ingeniero Carlos Cepeda, con 4 años de experiencia como Coordinador de Comunicaciones, destaca el éxito de la página web "Visita Chimborazo" y las campañas que lograron más de un millón de visitas. Sin embargo, reconoce que la efectividad puede mejorarse, especialmente en la motivación para pasar de la concienciación a la acción. La participación ciudadana en actividades de conservación sigue siendo débil, y se requiere más información y espacios para la participación activa de las unidades educativas. Cepeda menciona que la estrategia tiene fortalezas en la implementación de medios masivos de información, pero está limitada por la falta de personal. Recomienda contar con más profesionales y mejorar la infraestructura de comunicación en áreas rurales. Este análisis refuerza la necesidad de una comunicación clara y accesible que resuene con el público, promoviendo una participación comunitaria activa y sostenida, como subrayan los estudios teóricos.

3.7.1 Cuadro Comparativo de las Entrevistas realizadas a los Técnicos del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica

Tabla 1

Cuadro Comparativo de Entrevistas con Técnicos del MAATE

Aspecto	Técnico 1: Especialista en Conservación Ambiental	Técnico 2: Coordinador de Comunicaciones	Técnico 3: Analista de Impacto Ambiental
Impacto en la Concienciación y Participación	Aumento significativo en visitas y voluntariado gracias a videos interactivos sobre la biodiversidad de Chimborazo. La comunidad se conecta más al visualizar la biodiversidad protegida.	Interacción online impresionante con infografías del Día Mundial del Medio Ambiente, pero dificultad en convertir esa energía en participación física.	Exposición fotográfica itinerante incrementó el interés y el diálogo sobre la conservación. Las imágenes educan y sensibilizan efectivamente.
Cambio en la Participación Ciudadana	Incremento del 40% en la participación en actividades de conservación debido a la campaña 'Conoce tu Chimborazo'.	Folletos y publicaciones en redes sociales bien recibidos, pero desafío en convertir interés digital en acciones concretas de conservación.	Campañas efectivas en general, pero falta de conexión clara entre los beneficios de la conservación y los beneficios legales para las comunidades.
Desafíos y Mejoras	Necesidad de mejorar la comunicación sobre beneficios legales y directos para las comunidades. Incluir más testimonios locales para incrementar la credibilidad y relevancia local.	Desarrollar asociaciones con medios locales y contar más historias de éxito. Mensajes deben informar e inspirar a la acción.	Proporcionar más detalles sobre cómo involucrarse activamente en la conservación y aumentar la educación ambiental en las escuelas. Cultivar una conciencia ambiental desde temprana edad.

Nota. El cuadro comparativo fue desarrollado considerando las características más importantes

de las entrevistas dentro de cada tema tratado. Revisar Normas Apa 7ma edición

3.7.1.1 Similitudes y Diferencias en Opiniones

a. Similitudes

Las entrevistas revelan varias similitudes:

- Todos destacan la importancia de una comunicación clara y efectiva en la promoción de la conservación ambiental.
- Coinciden en la dificultad de convertir la concienciación en participación activa, reconociendo que, aunque hay interés y conciencia, esto no siempre se traduce en acciones concretas de conservación.

- Identifican áreas específicas de mejora en las estrategias de comunicación, subrayando la necesidad de fortalecerlas para hacerlas más efectivas y relevantes para diferentes segmentos de la población.
- Existe un consenso sobre la importancia de involucrar a la comunidad local y utilizar testimonios de residentes para aumentar la credibilidad y relevancia de los mensajes.

b. Diferencias

Sin embargo, hay diferencias en sus enfoques:

- Paúl Erazo resalta el éxito de los videos interactivos sobre la biodiversidad y el aumento del 40% en la participación en actividades de conservación, sugiriendo mejorar la comunicación sobre beneficios legales y directos.
- Carlos Cepeda destaca la alta interacción online con infografías y la necesidad de más profesionales y mejor infraestructura en áreas rurales, recomendando desarrollar asociaciones con medios locales y contar más historias de éxito.
- Juan Carlos Peña menciona las exposiciones fotográficas itinerantes como un incremento del interés y el diálogo sobre la conservación, y propone aumentar la educación ambiental en las escuelas y consolidar equipos multidisciplinarios para vender experiencias en lugar de productos.

3.7.2 Análisis Crítico de los Productos Comunicacionales Emitidos en 2022

a. Resultados de la Revisión de la Página de Facebook de la Dirección Zonal 3 del MAATE

1. La reapertura del Refugio Hermanos Carrel en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

Según la información obtenida, se realizó el 14 de abril de 2022. Este evento marcó el fin de un cierre de dos años debido a la pandemia, el fin de la concesión anterior y la renovación de la infraestructura. La reapertura fue un esfuerzo conjunto de los Ministerios de Turismo y

de Ambiente, Agua y Transición Ecológica, así como de gobiernos autónomos descentralizados y la gobernación de Chimborazo.

- Descripción del contenido de la publicación.

La publicación en Facebook sobre la reapertura del Refugio Hermanos Carrel probablemente destacó la importancia de este sitio para el turismo de alta montaña y la conservación ambiental. Se mencionó la renovación de las instalaciones, que incluyen una cafetería, un punto de información turística y baños. También se prevé la habilitación de alojamiento para actividades de alta montaña.

- Análisis del impacto en la promoción del turismo sostenible y educación ambiental.

La reapertura del refugio no solo impulsa el turismo en la zona, sino que también promueve un enfoque sostenible. Las autoridades subrayaron la importancia de utilizar el turismo como un vehículo de conservación y desarrollo. Esto significa que, además de disfrutar de la biodiversidad, los turistas contribuyen al desarrollo económico local al contratar guías, comprar alimentos y artesanías, lo cual dinamiza la economía local. Además, la gestión sostenible del turismo incluye la participación de las comunidades locales, lo que refuerza la educación y la conciencia ambiental.

- Discusión sobre cómo refleja los beneficios indirectos de la ley, como la generación de empleo y apoyo a comunidades locales.

La reapertura del refugio es un reflejo de los beneficios indirectos de las leyes y políticas de conservación. Estas incluyen la generación de empleo y el apoyo a las comunidades locales. Las autoridades y los líderes comunitarios destacaron la alianza estratégica entre el gobierno y las comunidades para el desarrollo turístico, lo cual se traduce en oportunidades de crecimiento económico y mejoramiento de la calidad de vida en la región.

2. Publicación sobre el 35° Aniversario de la Reserva Chimborazo

- Resumen del contenido de la publicación.

La publicación sobre el 35° aniversario de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo destacó varios aspectos importantes de esta área protegida. Se enfocó en la historia y los logros de la Reserva, incluyendo proyectos de conservación y estudios sobre especies como la vicuña. Además, se mencionaron alianzas con instituciones educativas para fomentar la investigación y la conservación.

- Evaluación de su contribución a la concienciación sobre la importancia de la conservación de las zonas Altoandinas.

Este tipo de contenido contribuye significativamente a la concienciación sobre la importancia de la conservación de las zonas Altoandinas, resaltando el valor de la biodiversidad y los esfuerzos de preservación realizados en la Reserva.

b. Materiales Impresos y Escritos

1. Folleto Educativo Ambiental de la Ruta de Humboldt

Este material está diseñado para informar y educar sobre temas ambientales, incluyendo la conservación de las zonas Altoandinas y la biodiversidad. En términos de diseño y efectividad, este tipo de material fue evaluado por su capacidad para comunicar información de manera clara y atractiva, así como por su impacto en el aumento de la conciencia ambiental y la promoción de prácticas sostenibles.

2. Artículos en Medios Internacionales (Ñan Magazine, BBC)

Este tipo de artículos tuvieron un alcance significativo por su influencia considerable en la percepción internacional de temas específicos. Cuando revistas como Ñan Magazine o cadenas de noticias como la BBC cubrieron temas relacionados con los ecosistemas altoandinos, estos lograron:

- Aumentar la concienciación global: Estos artículos tenían como fin educar a un público internacional sobre la importancia y la singularidad de los ecosistemas

altoandinos, resaltando su biodiversidad y los desafíos de conservación que enfrentan.

- **Influenciar la opinión pública y la política:** Una cobertura mediática significativa pudo influir en la opinión pública y en las políticas relacionadas con la conservación y el uso sostenible de estos ecosistemas.
- **Promover el turismo responsable:** La exposición en medios internacionales logro aumentar el interés turístico en estas áreas, con lo cual se consiguió apoyar la conservación y el desarrollo local sostenible.

c. Campañas y Estrategias Digitales

1. Publicaciones en Redes Sociales y Sitio Web Chimborazo.travel

- **Análisis de la frecuencia, contenido y alcance de las publicaciones.**

La campaña digital llevada a cabo en las redes sociales y el sitio web Chimborazo.travel demostró una estrategia efectiva en cuanto a frecuencia y contenido de las publicaciones. Se caracterizó por incluir publicaciones regulares y consistentes, lo cual es crucial para mantener el interés y la participación del público. Estas publicaciones combinaron de manera exitosa imágenes impactantes del paisaje del Chimborazo, datos interesantes sobre la biodiversidad local y la cultura, así como narrativas atractivas para captar la atención de la audiencia.

El contenido no solo se enfocó en mostrar la belleza natural del Chimborazo, sino también en promover la conservación y un turismo sostenible. Por medio de fotografías impresionantes y consejos prácticos para los visitantes, la campaña logró destacar la importancia de preservar este ecosistema único y fomentar una relación respetuosa con el medio ambiente. Asimismo, la información sobre la cultura local y la biodiversidad ayudó a crear una conexión más profunda entre los seguidores y el lugar, incentivando una apreciación y respeto mayores hacia estas zonas.

- **Evaluación de su efectividad en promover la conservación y participación ciudadana.**

La campaña digital llevada a cabo por Chimborazo.travel fue evaluada como altamente efectiva en fomentar la conservación y la participación ciudadana, basándose en un alto nivel de compromiso del público en redes sociales, evidenciado por numerosos likes, comentarios y compartidos, lo que indicó un resonante impacto en la conciencia y el interés en temas de conservación. Contribuyó significativamente a educar sobre la importancia de la conservación del ecosistema del Chimborazo, reflejado en un aumento de discusiones y preguntas relacionadas con la conservación, así como en un incremento de las búsquedas en línea sobre la biodiversidad y la protección del área. Se observó un notable crecimiento en la participación ciudadana en actividades de conservación, incluyendo voluntariado y asistencia a eventos relacionados con la campaña, lo que impactó positivamente en el turismo sostenible en la región del Chimborazo. Los testimonios y comentarios de la comunidad local y visitantes reflejaron cambios positivos en percepciones y comportamientos hacia la conservación y el turismo sostenible, mientras que las herramientas analíticas mostraron un alcance amplio y una alta interacción con las publicaciones, así como un aumento en la duración de las visitas al sitio web, indicando un interés sostenido en el contenido proporcionado.

- Campañas Promocionales

En el contexto de las publicaciones en redes sociales y el sitio web Chimborazo.travel, las campañas promocionales desempeñaron un papel integral, formando una estrategia cohesiva que combinaba el marketing digital y tradicional para resaltar la majestuosidad de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. Estas campañas aprovecharon las plataformas digitales para compartir contenido visual y educativo atractivo, incluyendo fotografías impresionantes, videos del paisaje y artículos informativos sobre conservación. La colaboración con influencers y organizaciones de conservación amplió su alcance, mientras que eventos y experiencias inmersivas enriquecieron la conexión emocional de la audiencia con la reserva. Materiales impresos y la publicidad en medios tradicionales complementaron

la presencia online, aumentando la visibilidad y el interés en la reserva a nivel global. La recopilación de feedback y la medición del impacto turístico permitieron evaluar y ajustar las estrategias de las campañas, las cuales lograron no solo aumentar la conciencia sobre la importancia de la conservación y el turismo sostenible, sino también impulsar un compromiso activo y significativo con estos esfuerzos entre una audiencia diversa y amplia.

2. Análisis de "Chimborazo es así" y "Chimborazo es tu destino"

La campaña "Chimborazo es así" y "Chimborazo es tu destino", lanzada en octubre de 2022, fue un esfuerzo significativo para promocionar la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. Esta campaña presentó una variedad de piezas y productos comunicacionales audiovisuales, destacando el potencial natural, cultural, gastronómico y de aventura del destino turístico andino. La iniciativa fue parte de un esfuerzo más amplio para reactivar el turismo y el sector productivo, subrayando la importancia del turismo comunitario y el desarrollo de emprendimientos turísticos en la provincia, y contó con el apoyo y la colaboración de varios actores públicos y privados. La campaña buscó no solo mostrar la belleza del Chimborazo, sino también la calidez de su gente y la riqueza cultural de la región.

d. Participación en Eventos Internacionales

1. Ferias en España y Francia

La participación pasada de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo en ferias internacionales en España y Francia jugó un rol significativo en la promoción de la reserva a nivel mundial. Estas participaciones aumentaron la visibilidad internacional de la reserva, ofreciendo oportunidades para establecer importantes conexiones y colaboraciones con profesionales del turismo y organizaciones de conservación. Fueron fundamentales para destacar el turismo sostenible y responsable, y permitieron intercambios culturales y educativos enriquecedores, compartiendo la rica cultura local y los esfuerzos de conservación. Además,

atrajeron tanto el interés de turistas como de inversores en proyectos de turismo sostenible, contribuyendo al desarrollo económico y a la preservación de la biodiversidad de la región.

3.7.3 Iniciativas de Participación Comunitaria

Las iniciativas de participación comunitaria en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, especialmente a través de programas de capacitación y conversatorios, jugaron un papel crucial en el empoderamiento de la comunidad local y en el fomento de su participación activa en la conservación. Estos programas proporcionaron a los residentes locales habilidades y conocimientos valiosos sobre prácticas sostenibles, gestión de recursos naturales y turismo ecológico, lo que les permitió desempeñar un rol más activo y consciente en la protección de su entorno. Los conversatorios, por su parte, funcionaron como plataformas de diálogo y colaboración, donde los miembros de la comunidad pudieron expresar sus preocupaciones, compartir experiencias y colaborar en la toma de decisiones relativas a la gestión de la reserva. Estas iniciativas no solo fortalecieron la relación entre la comunidad y la reserva, sino que también promovieron una mayor comprensión y apreciación de la importancia de la conservación y el manejo sostenible de los ecosistemas altoandinos, contribuyendo así al bienestar a largo plazo tanto de la comunidad como del medio ambiente.

3.8 Análisis de Contenido de los Productos Comunicacionales

3.8.1 Matriz de Análisis de Contenido

La Tabla 3 presenta una visión estructurada y detallada de las diversas iniciativas de educación, sensibilización y promoción llevadas a cabo en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. A través de una clasificación en categorías y subcategorías, este cuadro resume los esfuerzos clave para la prevención de enfermedades, la promoción turística, la comunicación digital, la participación comunitaria, las celebraciones y la apertura de servicios. Cada entrada destaca la descripción y el propósito de las actividades, acompañada por un

análisis crítico y ejemplos o evidencias específicas que respaldan la efectividad y el impacto de estas.

Este análisis de contenido es fundamental para abordar el problema central de la investigación, que es determinar si los productos comunicacionales han sido efectivos en mejorar la conciencia y participación comunitaria en la conservación de las zonas Altoandinas. A través de la evaluación detallada de cada producto comunicacional, identificamos cómo cada uno contribuye a la concienciación y la acción por parte de la comunidad. Este método permite no solo valorar la calidad de la comunicación emitida por el Ministerio del Ambiente, sino también entender cómo estas actividades comunicativas se alinean con las necesidades y percepciones de la comunidad local, proporcionando un feedback esencial para futuras campañas.

Asimismo, esta matriz sirve como un recurso para evaluar y guiar futuras iniciativas de conservación y educación ambiental en la reserva, asegurando que las estrategias de comunicación no solo informen, sino que también involucren efectivamente a la comunidad, cerrando la brecha entre conocimiento y acción, clave para abordar las limitaciones identificadas en las respuestas del público a las campañas previas.

Tabla 2
Matriz de análisis de contenido

Categoría	Subcategoría	Descripción/Datos Clave	Análisis/Comentarios	Ejemplos/Evidencias	Fotografías
Educación y Sensibilización	Folletos Informativos	Folletos sobre la prevención del mal de altura y rutas en la Reserva Chimborazo.	Los folletos utilizan imágenes y textos claros para educar a los visitantes sobre la salud y las rutas de senderismo, promoviendo el turismo responsable.	Folletos educativos con ilustraciones anatómicas y mapas de rutas.	
Promoción Turística	Material Publicitario	Material publicitario que promociona la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo como destino turístico.	Destacan la biodiversidad y la belleza escénica de la reserva para atraer visitantes, enfatizando la conservación y el turismo sostenible.	Folleto turístico con información sobre la reserva y su simbología.	
Comunicación Digital	Publicaciones en Redes Sociales	Publicaciones de Facebook promoviendo actividades de guardaparques y eventos educativos.	Las publicaciones digitales aumentan el alcance y promueven la participación comunitaria en actividades de conservación.	Capturas de pantalla de publicaciones en Facebook sobre actividades educativas y de conservación.	

Participación Comunitaria	Eventos y Charlas	Eventos educativos y charlas realizadas por guardaparques del MAATE.	Estos eventos fomentan la participación y educación local, esenciales para el éxito de las iniciativas de conservación.	Descripciones y fotos de eventos y charlas educativas en comunidades y escuelas.	
Celebración y Conmemoración	Aniversario de la Reserva	Publicaciones conmemorativas del aniversario de la Reserva Chimborazo.	La celebración de aniversarios refuerza la identidad de la reserva y reafirma su importancia ecológica y cultural.	Publicaciones que destacan la historia y los logros de la reserva.	 

Apertura de Servicios	de Reapertura de Instalaciones	de Información sobre la reapertura del Refugio Hermanos Carrel en la reserva.	La mejora de la infraestructura turística y la experiencia del visitante, destacando el compromiso con el desarrollo comunitario.	La reapertura de la infraestructura turística y la experiencia del visitante, destacando el compromiso con el desarrollo comunitario.	Anuncios y noticias sobre la mejora de los servicios turísticos en la reserva.	
-----------------------	--------------------------------	---	---	---	--	--

Nota. La Tabla 2 muestra la matriz de análisis de contenido.

3.9 Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Datos

3.9.1. Técnicas de Recolección de Información

Se utilizaron técnicas mixtas para la recolección de datos:

- Entrevistas Semi-estructuradas: Se realizaron entrevistas a tres técnicos del MAATE, seleccionados por su experiencia en comunicaciones y conservación ambiental.
- Revisión Documental: Se analizaron informes, campañas publicitarias, y materiales educativos emitidos por el Ministerio durante el año 2022.

3.9.2. Instrumentos de Recolección de Información

- Guías de Entrevista: Desarrolladas para obtener información detallada sobre las percepciones y experiencias de los técnicos entrevistados.

3.10 Técnicas de Procedimientos e Interpretación de Datos

- Análisis Temático: Aplicado a los datos cualitativos obtenidos de las entrevistas para identificar temas clave.

3.11 Operacionalización de las Variables

Tabla 3*Operacionalización de las Variables*

Pregunta de Investigación	Tema	Objetivos	Variables	Conceptualización	Dimensión	Indicadores
¿Qué calidad de productos comunicacionales ha elaborado el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica en cuanto a la promoción de los beneficios de ley en la conservación Altoandinas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, durante el 2022?	Productos comunicacionales emitidos por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica sobre los beneficios de ley para las zonas de conservación de reserva de producción de fauna Chimborazo, durante 2022.	General: Analizar la calidad de los productos comunicacionales emitidos por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, con relación a los beneficios de ley para las zonas de conservación Altoandinas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo	Independiente Productos comunicacionales	Materiales y mensajes emitidos por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica para informar sobre los beneficios de ley para la conservación de las zonas Altoandinas	Calidad de los productos comunicacionales.	1. Impacto positivo de campañas específicas Número de técnicos que reportan un impacto positivo en campañas específicas / Total de técnicos x 100 2. Efectividad de medios utilizados Número de técnicos que consideran que los medios utilizados son efectivos/ Total de técnicos x 100

<p>Específicos:</p> <p>1. Evaluar las estrategias comunicacionales utilizadas por el Ministerio del Ambiente, para la difusión de los beneficios de ley en las zonas de conservación Altoandinas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.</p> <p>2. Determinar el impacto de los productos comunicacionales en la concienciación y participación de la comunidad en la protección y conservación de</p>	<p>Dependiente</p> <p>La percepción y el conocimiento de la población.</p>	<p>La comprensión y opinión de la comunidad sobre los beneficios de conservación y su disposición a participar en actividades de protección medioambiental.</p>	<p>Comprensión y Opinión de la Comunidad.</p>	<p>1. Claridad en la comunicación de Beneficios Legales</p> <p>Número de técnicos que indican que la Comunicación de Beneficios Legales es clara x 100</p> <p>2. Satisfacción de la Estrategia</p> <p>Número de técnicos satisfechos con la estrategia</p> <p>Comunicacional para concienciación y participación /</p> <p>Número total de técnicos entrevistados x 100</p>
---	--	---	---	--

las zonas
altoandinas.
3.Elaborar un
artículo científico
que presente los
principales
hallazgos y
recomendaciones
para mejorar las
estrategias de
comunicación del
Ministerio del
Ambiente, Agua y
Transición
Ecológica.

Nota. La Tabla 3 muestra la Operacionalización de las Variables.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Este capítulo aborda directamente el problema central de la tesis: evaluar la efectividad de los productos comunicacionales del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica (MAATE) en mejorar la conciencia y participación de la comunidad en la conservación de las zonas Altoandinas. Aquí se presentan los resultados obtenidos a partir de las entrevistas realizadas a especialistas que colaboran con el MAATE y el análisis exhaustivo de los productos comunicacionales emitidos por el ministerio durante el año 2022. Este análisis se centra en cómo estas estrategias de comunicación han influido en la concienciación y participación comunitaria, aspectos clave para la conservación efectiva de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

4.1 Análisis de Resultados

4.1.1 Resultados de las Entrevistas

Las entrevistas realizadas a tres técnicos que colaboran con el MAATE proporcionan valiosos recursos sobre la percepción directa de las estrategias comunicacionales y su impacto. Cada técnico aportó diferentes perspectivas que revelan tanto fortalezas como áreas de mejora, de acuerdo al siguiente detalle:

a. Entrevista al Ingeniero Paúl Erazo, Especialista en Conservación Ambiental

1. Tiempo y rol específico en relación con la conservación de las zonas altoandinas

Durante más de 5 años como Especialista en Conservación Ambiental, me he enfocado en proyectos comunicacionales para la conservación de las zonas altoandinas.

2. Evaluación de la efectividad de los productos comunicacionales del 2022

Los productos comunicacionales del 2022 fueron visuales y educativos, pero no lograron comunicar completamente los beneficios legales de las áreas protegidas, lo cual es esencial para el público.

3. Impacto específico en la concienciación y participación de la comunidad

Una campaña exitosa fue el video interactivo sobre la biodiversidad de Chimborazo, que aumentó significativamente las visitas y el voluntariado en la reserva.

4. Cambio en la participación ciudadana en actividades de conservación

Desde la campaña “Conoce tu Chimborazo”, hemos observado un aumento del 40% en la participación en actividades de limpieza y conservación, organizadas por la comunidad local.

5. Fortalezas y Debilidades de la estrategia comunicacional

La estrategia comunicacional es efectiva para llegar a los jóvenes a través de redes sociales, pero necesita mejorar la conexión con poblaciones de otras edades y de sectores rurales, que también son cruciales para la conservación.

6. Recomendaciones para mejorar el impacto de los productos comunicacionales

Recomiendo integrar más testimonios de residentes locales y expertos en los videos para hacer los mensajes más creíbles y mejor relatados. Esto permitirá que la audiencia se identifique más con el contenido y comprenda mejor la importancia de la conservación desde diferentes perspectivas.

7. Opiniones sobre los beneficios legales comunicados

Aunque hay un conocimiento general sobre los beneficios legales, falta detalle en cómo estos afectan directamente a las comunidades locales. Es necesario proporcionar información más específica y relevante para que las comunidades comprendan el impacto concreto en su vida diaria.

8. Sugerencias adicionales

Deberíamos considerar la realización de más talleres in situ en las comunidades para complementar nuestras campañas digitales. Estos talleres facilitarían una interacción directa con la población local, mejorando la comprensión y el compromiso con las iniciativas de conservación.

b. Entrevista al Ingeniero Carlos Cepeda, Coordinador de Comunicaciones

1. Tiempo y rol específico en relación con la conservación de las zonas altoandinas

He trabajado como Coordinador de Comunicaciones durante 4 años. Mi rol ha sido coordinar y promover iniciativas estratégicas para la conservación de las zonas altoandinas a través de diversas campañas y plataformas de comunicación.

2. Evaluación de la efectividad de los productos comunicacionales del 2022

En cuanto a la evaluación de la efectividad de los productos comunicacionales del 2022, hemos trabajado de manera estratégica en colaboración con la Dirección de Turismo. Hemos lanzado la página web "Visita Chimborazo" y dos grandes campañas que han alcanzado más de un millón de visitas. Aunque hemos logrado resultados positivos, consideramos que aún hay margen para mejorar la efectividad y lograr un mayor impacto y comprensión por parte del público.

3. Impacto específico en la concienciación y participación de la comunidad

El impacto específico en la concienciación y participación de la comunidad se ha evidenciado en proyectos como "Siembra por la Vida", enfocado en la plantación de árboles en los páramos para proteger el medio ambiente. Esta iniciativa ha contribuido significativamente a concienciar y movilizar a la comunidad en acciones concretas.

4. Cambio en la participación ciudadana en actividades de conservación

Observamos que la participación ciudadana en actividades de conservación sigue siendo limitada y requiere fortalecimiento. Es esencial intensificar la difusión de información a través de redes sociales, medios de prensa y generar espacios de participación para las unidades educativas. Involucrar a más de 600 niños, por ejemplo, podría tener un impacto considerable en la conservación.

5. Fortalezas y Debilidades de la estrategia comunicacional

Entre las fortalezas de nuestra estrategia comunicacional, destacan la implementación de medios masivos como la página web y redes sociales, así como la promoción de atractivos turísticos. Sin embargo, debemos mejorar la manera en que motivamos a la audiencia para que pase de la concienciación a la acción. Estamos explorando el uso de la radio AM para llegar a comunidades rurales y mejorando la conectividad a Internet en zonas altas para ampliar nuestras opciones de comunicación. Una debilidad evidente es la escasez de personal; contamos solo con tres técnicos para toda la provincia, lo que limita nuestra capacidad de promoción.

6. Recomendaciones para mejorar el impacto de los productos comunicacionales

Recomiendo la contratación de más profesionales especializados en proyectos de territorio, rutas y circuitos para fortalecer nuestra capacidad de cobertura y mejorar la efectividad de las campañas.

7. Opiniones sobre los beneficios legales comunicados

Respecto a los beneficios legales comunicados, es necesario mejorar la claridad y la conexión directa entre estos beneficios y su impacto en la vida de las comunidades afectadas. Las asociaciones de turismo comunitario y las comunidades locales deben comprender cómo las acciones de conservación influyen positivamente en su día a día.

8. Sugerencias adicionales

Sugiero aumentar los esfuerzos en educación ambiental en las escuelas como una forma efectiva de inculcar una cultura de conservación desde edades tempranas. Además, es esencial mejorar la infraestructura de comunicación en áreas rurales para garantizar que todos tengan acceso a la información necesaria.

c. Entrevista al Ingeniero Juan Carlos Peña, Analista de Impacto Ambiental

1. Tiempo y rol específico en relación con la conservación de las zonas altoandinas

Durante mis cuatro años como Analista de Impacto Ambiental, mi enfoque ha sido promover actividades y proyectos que aborden el impacto en las zonas altoandinas. Esto implica implementar estrategias sostenibles que involucren a la comunidad local y otras partes interesadas.

2. Evaluación de la efectividad de los productos comunicacionales del 2022

La evaluación de los productos comunicacionales del 2022 muestra una efectividad moderada. Uno de los desafíos principales es la falta de comprensión por parte de algunas autoridades sobre la importancia de una comunicación turística efectiva, especialmente en temas de conservación de recursos culturales. Para mejorar, es necesario desarrollar una comunicación más específica y dirigida a segmentos clave de la población.

3. Impacto específico en la concienciación y participación de la comunidad

En cuanto al impacto específico en la concienciación y participación de la comunidad, hemos tenido éxito con campañas como la del Taita Chimborazo. Creamos folletos y piezas comunicacionales que incluyeron un personaje llamado "El Señor de Pelo Blanco", quien contaba cuentos y leyendas para vincular la nieve con la conservación. Esta campaña tuvo una gran acogida, y aún hoy la comunidad de la zona de amortiguamiento del Chimborazo pregunta por este personaje. Además, colaboramos con fotógrafos como Robinski para crear contenido visual impactante.

4. Cambio en la participación ciudadana en actividades de conservación

Las campañas han fomentado la participación ciudadana en actividades de conservación, pero se ha notado que falta orientación y discusión sobre cómo organizarse y a quién acudir. Las redes sociales, aunque útiles, no son suficientes para abordar esta necesidad.

5. Fortalezas y Debilidades de la estrategia comunicacional

En términos de fortalezas y debilidades de la estrategia comunicacional, destaco la amplia gama de recursos visuales disponibles, como fotografías y videos. Sin embargo, la principal debilidad radica en las limitaciones políticas de ser una institución pública, lo que dificulta la implementación de ciertas acciones.

6. Recomendaciones para mejorar el impacto de los productos comunicacionales

Para mejorar el impacto de los productos comunicacionales, recomiendo consolidar equipos multidisciplinarios que estén al tanto de las tendencias actuales en comunicación. Es fundamental vender experiencias, no solo productos. El Chimborazo debe ser presentado como una experiencia vivida, lo que requiere un enfoque en momentos capturados en fotografías y gráficos. Esto implica tener equipos bien consolidados y coordinados.

7. Opiniones sobre los beneficios legales comunicados

Respecto a los beneficios legales comunicados, aún queda trabajo por hacer para transmitirlos de manera efectiva. Necesitamos mejorar significativamente tanto en la comunicación como en la acción con respecto a estos beneficios.

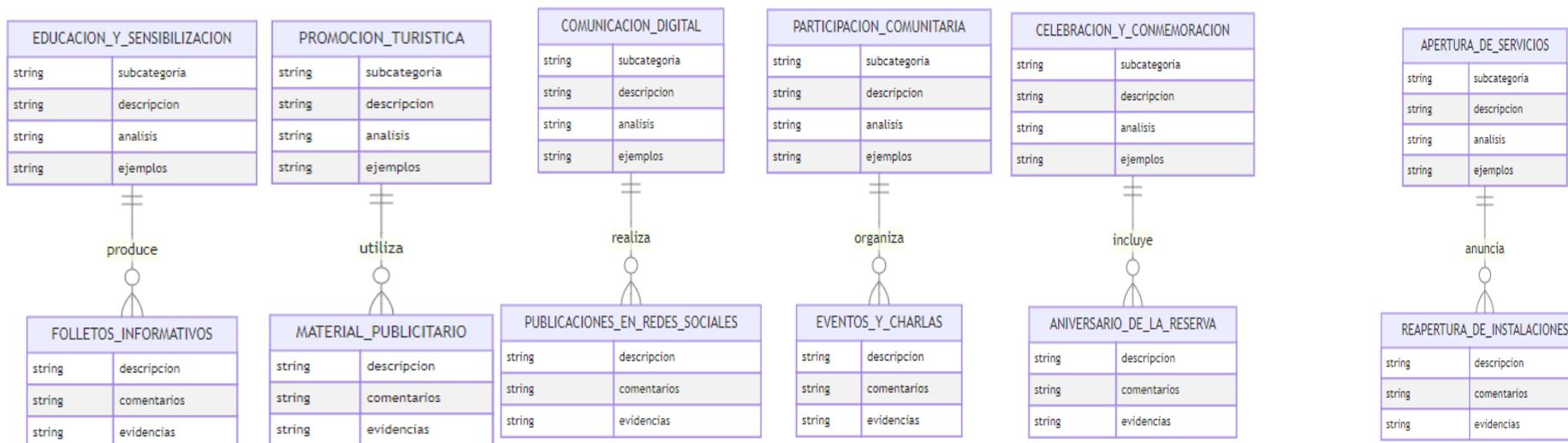
8. Sugerencias adicionales

Sugiero que para que la comunicación sea efectiva, debe estar respaldada por una historia sólida y bien construida. Esto implica la necesidad de contar con datos históricos y un enfoque sistemático, posiblemente a través de un observatorio. Sé que en la UNACH hay personas trabajando en este aspecto, pero hasta que no tengamos una base sólida, nuestros esfuerzos seguirán siendo dispersos.

4.2 Diagrama de Análisis de Contenido para la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

Ilustración 1.

Diagrama de análisis de contenido



Nota. Diagrama de entidad-relación realizado en el programa Lucidchart, muestra las conexiones entre las actividades de conservación y promoción en la Reserva Chimborazo, enumerando cada categoría para indicar el flujo de iniciativas.

4.3 Discusión de Resultados

El análisis de los resultados obtenidos a partir de las entrevistas con los técnicos del Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, junto con la revisión de los productos comunicacionales emitidos en 2022, revela una serie de hallazgos significativos sobre la efectividad de las estrategias de comunicación implementadas para la conservación de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

Las entrevistas con los técnicos del MAATE indican que las campañas comunicacionales del 2022 han tenido un impacto mixto. Por un lado, la campaña de video interactivo sobre la biodiversidad de Chimborazo ha sido exitosa en términos de aumentar visitas y voluntariado, con un notable incremento del 40% en la participación en actividades de conservación. Sin embargo, se identifican desafíos en la conversión de la concienciación digital en participación física y en la comunicación efectiva de los beneficios legales de la conservación. Las recomendaciones incluyen una mayor integración de testimonios locales y una expansión de las campañas a comunidades rurales.

Por otro lado, el análisis de las campañas digitales y promocionales, como "Chimborazo es así" y "Chimborazo es tu destino", demuestra que el uso de contenido visual y narrativas atractivas ha sido efectivo en la promoción de la reserva. Estas campañas han generado un alto nivel de interacción en redes sociales, aumentando la conciencia sobre la belleza y el valor de la reserva. Sin embargo, también se observa una brecha en la motivación para convertir el interés digital en acción concreta, como la participación activa en iniciativas de conservación.

La revisión de los productos comunicacionales, incluyendo la reapertura del Refugio Hermanos Carrel y el aniversario de la Reserva Chimborazo, muestra que estas iniciativas han contribuido positivamente a la promoción del turismo sostenible y la educación ambiental. La reapertura del refugio ha mejorado la infraestructura turística y ha destacado la importancia de

la conservación, mientras que la celebración del aniversario ha reforzado la identidad y la importancia ecológica de la reserva.

Sin embargo, la efectividad de las campañas impresas y digitales en convertir la concienciación en participación activa sigue siendo un área de mejora. Aunque el material informativo y los artículos en medios internacionales han sido útiles para aumentar la visibilidad y educar a una audiencia global, la conexión entre el interés generado y la acción local aún necesita ser fortalecida.

Las iniciativas de participación comunitaria, como los programas de capacitación y conversatorios, han sido cruciales para empoderar a la comunidad local y fomentar una participación activa en la conservación. Estos esfuerzos han permitido a los residentes adquirir conocimientos valiosos y jugar un papel más activo en la gestión de la reserva. No obstante, sigue siendo necesario un mayor enfoque en la integración de la comunidad local en las estrategias comunicacionales para asegurar un impacto más duradero y significativo.

4.3.1 Evaluación de Indicadores

Para evaluar la efectividad de las estrategias de comunicación, se definieron varios indicadores clave de desempeño (KPIs):

Tabla 4

Evaluación de Indicadores

Variables	Indicadores	Fórmula	Descripción	Calculo	Resultado
Variable Independiente: Productos comunicacionales	Impacto positivo de campañas específicas	Número de técnicos que reportan un impacto positivo en campañas específicas / Total de técnicos x 100	Este indicador mide el porcentaje de técnicos del MAATE que perciben un impacto positivo en las campañas comunicacionales en 2022.	$(2 / 3) \times 100 = 66,67\%$	El 66.67% de los técnicos entrevistados reportaron que la campaña de video interactivo tuvo un impacto positivo, destacando su efectividad en aumentar visitas y voluntariado.
	Efectividad de medios utilizados	Número de técnicos que consideran que los medios utilizados son efectivos/ Total de técnicos x 100	Este indicador evalúa el porcentaje de técnicos que consideran que los medios utilizados (videos, redes sociales, campañas impresas) son efectivos para comunicar los objetivos de conservación.	$(2 / 3) \times 100 = 66.67\%$	El 66.67% de los técnicos entrevistados consideraron que los medios utilizados fueron efectivos, subrayando la importancia de contenido visual y narrativas atractivas en la promoción de la reserva. Sin embargo, se observó una brecha en la conversión del interés digital en participación activa.
Variable Dependiente: La percepción y el conocimiento de la población.	Claridad en la comunicación de Beneficios Legales	Número de técnicos que indican que la Comunicación de Beneficios Legales es clara x 100	Este indicador mide el porcentaje de técnicos que consideran clara la comunicación sobre los beneficios legales de la conservación.	$(1 / 3) \times 100 = 33.33\%$	Solo el 33.33% de los técnicos consideraron clara la comunicación sobre los beneficios legales, lo que indica un área significativa de mejora. Es esencial trabajar en la claridad y accesibilidad de la información legal para fomentar una mejor comprensión y compromiso con la conservación.
	Satisfacción de la Estrategia	Número de técnicos satisfechos con la estrategia comunicacional para concienciación y participación / Número total de técnicos entrevistados x 100	Este indicador mide el porcentaje de técnicos satisfechos con la estrategia comunicacional implementada para fomentar la concienciación y la participación en la conservación de la reserva.	$(2 / 3) \times 100 = 66.67\%$	El 66.67% de los técnicos entrevistados se mostraron satisfechos con la estrategia comunicacional, indicando un nivel moderado de satisfacción y resaltando la necesidad de ajustes y mejoras para aumentar la efectividad y satisfacción general.

4.4 Desarrollo de un artículo científico a partir de los resultados de la investigación

Esta sección se dedica a la preparación y planificación de la publicación de un artículo científico basado en los principales hallazgos de esta investigación. El objetivo es contribuir a la literatura existente en comunicación ambiental, resaltando cómo los productos comunicacionales pueden influir en la concienciación y participación comunitaria en proyectos de conservación altoandina.

Inicialmente se describirá la organización del artículo, incluyendo la introducción, metodología, resultados, discusión, y conclusiones. Se enfatizará cómo la investigación aborda un vacío en la literatura existente y aporta nuevas perspectivas sobre la eficacia de la comunicación ambiental en la conservación de ecosistemas altoandinos.

Luego se identifican las revistas académicas relevantes que se centren en la conservación del medio ambiente, la comunicación ambiental, o la participación comunitaria. Se considerarán factores como el alcance de la revista, su audiencia objetivo, y la probabilidad de aceptación del tema.

Posteriormente se discutirá cómo los resultados de la investigación pueden ser aplicados en contextos similares o pueden informar futuras políticas y prácticas en comunicación ambiental. Este análisis ayudará a establecer la importancia de la investigación y su contribución a los esfuerzos globales de conservación.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Las estrategias actuales del MAATE han mostrado efectividad en ciertos aspectos, como el uso de medios masivos y redes sociales para alcanzar a los jóvenes. El 66.67% de los técnicos consideraron que los medios utilizados fueron efectivos, lo que subraya la importancia del contenido visual y narrativas atractivas. Sin embargo, solo el 33.33% de los técnicos entrevistados indicaron que la comunicación de los beneficios legales es clara. Este dato resalta la necesidad de mejorar la comunicación de los beneficios legales específicos y su relevancia directa para las comunidades locales, lo cual es crucial para fomentar una mayor comprensión y compromiso.
- Los productos comunicacionales han logrado aumentar la conciencia sobre la importancia de la conservación, como lo demuestra el aumento significativo en visitas y voluntariado en la reserva, con un incremento del 40% en la participación en actividades de conservación desde la campaña “Conoce tu Chimborazo”. El 66.67% de los técnicos reportaron un impacto positivo en campañas específicas, lo que indica una buena recepción de ciertas iniciativas. Sin embargo, la capacidad para motivar una participación comunitaria activa y duradera sigue siendo limitada. Para superar esta barrera, es esencial integrar más testimonios locales y mejorar la conexión con las poblaciones rurales y de diferentes edades, facilitando así la conversión de la concienciación en acciones concretas de conservación.
- La satisfacción general con la estrategia comunicacional es moderada, con el 66.67% de los técnicos expresando satisfacción con las iniciativas de comunicación. A pesar de estos resultados positivos, la investigación destaca que se requiere un mayor enfoque en la implementación de estrategias que no solo aumenten la conciencia, sino que también impulsen la acción concreta y sostenida en la comunidad. Esto incluye el

desarrollo de talleres in situ y la mejora de la infraestructura de comunicación en áreas rurales para garantizar una cobertura más amplia y efectiva.

- La investigación ha identificado varios hallazgos clave que servirán como base para la elaboración de un artículo científico. Este artículo resaltarán cómo los productos comunicacionales del MAATE han influido en la conciencia y participación comunitaria en la conservación de las zonas altoandinas y propondrá recomendaciones para mejorar la efectividad de estas estrategias. Se enfocará en la necesidad de estrategias de comunicación más interactivas y alineadas con las expectativas y necesidades de las comunidades locales.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda desarrollar una estrategia integrada que combine eficazmente medios digitales y tradicionales, enfocándose en mensajes claros que no solo informen, sino que también motiven la participación activa de la comunidad.
- Incorporar testimonios de la comunidad local y estudios de caso en los materiales de comunicación para aumentar la relevancia y credibilidad de los mensajes.
- Implementar programas interactivos y talleres que no solo informen sobre la conservación, sino que también instruyan a la comunidad sobre cómo pueden participar activamente en estas iniciativas.
- Asegurar que el artículo científico se someta a revistas de acceso abierto para maximizar su disponibilidad e impacto, fomentando así una mayor discusión y colaboración en el campo de la comunicación ambiental.

Bibliografía

- Aceves-Bueno, E., Adeleye , A., Feraud, M., Huang, Y., Tao , M., Yang , Y., & Anderson , S. (2015). Citizen science as an approach for overcoming insufficient monitoring and inadequate stakeholder buy-in in adaptive management. *Criteria and evidence. Ecosystems*, 493-506.
- Alarcón, C. D., & Salinas, J. D. (2022). *Elaboración de un producto comunicacional audiovisual como estrategia publicitaria para promo ver el turismo en el cantón Pedernales, provincia de Manabí, tras el terremoto ocurrido el 16 de abril del 2*. Quito: UCE.
- Berger, J. (2013). *Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age*. Simon and Schuster.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL. (2018). *Acuerdo Regional sobre el Acceso a la Información, la Participación Pública y el Acceso a la Justicia en Asuntos Ambientales en América Latina y el Caribe*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/43583>
- Croucher, S. M. (2011). *Estudios de Comunicación y Medios: Una Introducción*. Routledge.
- De Jesús, M. T. (2021). *Aptitud ética de las secretarías y la imagen corporativa en el Ministerio de Ambiente*. Imbabura.
- García et al., M. S. (2018). Participación ciudadana en la gestión de áreas protegidas: Experiencias y lecciones aprendidas en América Latina. *Revista de Conservación y Manejo de Recursos Naturales*, 29-40.
- Gutiérrez, G. (2023). *Conservación de Los Ecosistemas: Importancia y Beneficios Explicados*. Obtenido de <https://ecologiadigital.bio/en-que-consiste-la-conservacion-de-los-ecosistemas-y-por-que-es-importante/>

- Heath , C., & Heath , D. (2017). *Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die*. Random House.
- Jiménez. , E., & Torres , R. (2019). Comunicación y participación ciudadana en la conservación de los ecosistemas altoandinos. *En Memorias del Congreso Internacional de Gestión Ambiental y Desarrollo Sostenible*, 125-134.
- Kotler , P., & Armstrong , G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Livingstone, S. (2018). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. . *New Media & Society*, 393-411.
- Maldonado, C., & Sánchez, L. (2020). Participación ciudadana y conservación de los ecosistemas altoandinos: Experiencias en la Reserva de Biosfera del Chimborazo, Ecuador. *Revista de Gestión Ambiental Sostenible*, 10-20.
- Ministerio del Ambiente del Ecuador. (2004). *Ley de Gestión Ambiental, Registro Oficial Suplemento 418*. Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- Naranjo, A. P. (2022). *Plan Estratégico de Comunicación para fortalecer el posicionamiento y la imagen pública del Instituto Nacional de Biodiversidad (INABIO) ante sus públicos objetivos externos durante el 2022–2023*. Quito: Universidad Andinma Simón Bolívar.
- Rosero, R. A. (2022). *Análisis de los productos comunicacionales y la difusión turística del Parque Nacional Llanganates en internet y redes sociales*. Quito: UCE.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo SENPLADES. (2017). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-para-el-buen-vivir/>

Suárez , M., & Gómez , A. (2021). Comunicación y participación ciudadana en la gestión de áreas protegidas altoandinas: El caso de la Reserva de Biosfera Podocarpus-El Cóndor.

Revista de Conservación y Manejo de Recursos Naturales, 42-56.

Torres et al. (2021). *Los Ecosistemas y su impacto en la Comunidad*. Quito.

Villacis, T. M. (2020). *Análisis de la implementación de la política pública de reforestación del Ministerio del Ambiente en la Parroquia Pilahuin en el año 2015-2019*. Quito:

Universidad Tecnológica Israel.

ANEXOS

- Cuestionario de entrevista



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN

Entrevista dirigida a los técnicos especializados en la conservación de las zonas altoandinas de la reserva de producción de fauna Chimborazo.

Objetivo: Evaluar la percepción de los técnicos especializados en la conservación de las zonas altoandinas de la reserva de producción de fauna Chimborazo sobre la efectividad de los productos comunicacionales en promover la concienciación y participación ciudadana en la conservación de estas áreas.

Cuestionario de entrevista

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en su posición actual y cuál ha sido su rol específico en relación con la conservación de las zonas altoandinas?
2. Desde su experiencia, ¿cómo evaluaría la efectividad de los productos comunicacionales emitidos en 2022 para promover la conservación de las zonas altoandinas y los beneficios legales asociados?
3. ¿Podría compartir ejemplos concretos de cómo estos productos han influenciado la concienciación y la participación de la comunidad local u otras partes interesadas en la conservación de estas zonas?
4. Basado en su observación, ¿cómo han cambiado los niveles de participación ciudadana en actividades de conservación desde la implementación de las últimas campañas comunicacionales?
5. ¿Qué fortalezas y debilidades observa en la estrategia comunicacional actual para alcanzar su público objetivo?
6. ¿Qué acciones recomendaría para mejorar la claridad y el impacto de los productos comunicacionales en futuras campañas?
7. En su opinión, ¿cree que los productos comunicacionales han logrado transmitir efectivamente los beneficios legales de la protección de las zonas de conservación altoandinas? ¿Cómo podría mejorarse esta comunicación?
8. ¿Hay algún otro comentario o sugerencia que le gustaría añadir para enriquecer el entendimiento de la efectividad de la comunicación sobre los beneficios de ley en las zonas de conservación?

- **Memoria Fotográfica**



Ingeniero Carlos Cepeda



Ingeniero Juan Carlos Peña



Ingeniero Paul Erazo



**Feria “Conoce Tu
Chimborazo”, realizada en el
cantón Colta**