



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
CARRERA DE COMUNICACIÓN**

Playa Punta Diamante, un Tesoro Escondido

**Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciada/o en Comunicación**

AUTOR: José Elías Guaranda Cuenca y Víctor Hugo Sacoto Ladines

TUTOR: Lcdo. Alfredo Eduardo Ayora Recalde, MBA.

Guayaquil - Ecuador

2024

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros, José Elías Guaranda Cuenca con documento de identificación N° 0922904511 y Víctor Hugo Sacoto Ladines con documento de identificación N° 0954307567 manifestamos que:

Somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 03 de marzo del año 2024

Atentamente,



José Elías Guaranda Cuenca
0922904511



Víctor Hugo Sacoto Ladines
0954307567

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Nosotros, José Elías Guaranda Cuenca con documento de identificación No. 0922904511 y Víctor Hugo Sacoto Ladines con documento de identificación N° 0954307567, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del Producto Comunicativo: “Playa Punta Diamante, un Tesoro Escondido”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada/o en Comunicación en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

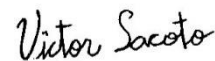
En concordancia con lo manifestado, suscribimos este documento cuando entregamos el trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 03 de marzo del año 2024

Atentamente,



José Elías Guaranda Cuenca
0922904511




Víctor Hugo Sacoto Ladines
0954307567

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Alfredo Eduardo Ayora Recalde con documento de identificación N°0921714424, docente de la Universidad Politécnica Salesiana declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: “Playa Punta Diamante, un Tesoro Escondido” realizado por José Elías Guaranda Cuenca con documento de identificación No. 0922904511 y Víctor Hugo Sacoto Ladines con documento de identificación N° 0954307567, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción de Licenciada/o en Comunicación que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 03 de marzo del año 2024

Atentamente,



Alfredo Eduardo Ayora Recalde
0921714424

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

José Elías Guaranda Cuenca

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a mi familia y amigos por su apoyo incondicional a lo largo de mi trayectoria académica. Su aliento y orientación han sido fundamentales en mi camino hacia la titulación. Este logro no habría sido posible sin su constante respaldo. Gracias por creer en mí.

Deseo también extender mi gratitud a mis respetados profesores y mentores que han compartido su conocimiento y experiencia, guiándome a lo largo de este exigente programa de estudios. Su dedicación a la enseñanza ha sido una fuente constante de inspiración.

Este logro no solo representa un hito académico, sino también un viaje lleno de emociones y desafíos y por último quiero expresar mi agradecimiento a la institución educativa por brindarme la oportunidad de adquirir conocimientos y habilidades que han sido fundamentales en mi formación. Agradezco a los profesionales dedicados que conforman el cuerpo docente y a todo el personal que contribuye al funcionamiento eficiente de la institución.

Víctor Sacoto Ladines

Me gustaría en este espacio poder agradecer a todas las personas que influyeron en mi proceso por el que pasé en esta Universidad para así llegar a ser quien soy hoy por hoy. Especial agradecimiento a mis padres, Ana María Ladines y Víctor Hugo Sacoto, por guiarme en el camino del conocimiento y la enseñanza, gracias por la paciencia y dedicación que pusieron en mí.

La meta que estoy a punto de cumplir no sería posible sin una persona muy especial, que me acompañó desde los inicios de esta carrera, Andrea Chávez, quien iluminaba mi camino y me levantaba cada que sentía que ya no podía más. A ellos y cada uno de los que me ayudaron y brindaron sus conocimientos les agradezco infinitamente.

RESUMEN

El turismo en el Ecuador es muy importante para la economía y con la tecnología de hoy en día se conocen muchos lugares turísticos que tiene el país, pero aun así hay sitios turísticos que tienen muy poca visibilidad y uno de esos lugares es Playa Punta Diamante por ello el principal objetivo de esta investigación es realizar una campaña Hipermedial la cual dará a conocer a esta comuna ya que tiene un gran potencial para ser un lugar turístico importante de Guayaquil. La investigación tiene un enfoque cualitativo, de alcance exploratorio y una técnica etnográfica. La combinación de estos métodos nos dará una visión completa de la cultura, la calidez humana, la economía y las diversas actividades de la comuna de Playa Punta Diamante. Los resultados se reflejarán en los análisis de los datos de las publicaciones de sus redes sociales y en el tráfico de la página web. En conclusión, esta investigación dará mucha más visibilidad y dará a conocer a los turistas locales e internacionales que quieran disfrutar de un lugar turístico en Guayaquil.

Palabras claves:

Playa, Comuna, Turismo, Redes Sociales, Hipermedial

ABSTRACT

Tourism in Ecuador is very important for the economy and with today's technology many tourist places that the country has are known, but even so there are tourist sites that have very little visibility and one of those places is Playa Punta Diamante, therefore the main objective of this research is to carry out a hypermedia campaign which will make this commune known since it has great potential to be an important tourist place of Guayaquil. This research has a qualitative approach, with an exploratory scope approach and with an ethnographic technique, the combination of these methods and approaches will give us a complete vision of the culture, human warmth, economy, and the various activities of the Playa commune. Diamond tip. The results which will be reflected in the analysis made of the data of the publications of their social networks and in the traffic of the web page. In conclusion, this research will give it much more visibility and will make it known to local and international tourists who want to enjoy a tourist place in the city of Guayaquil.

Keywords: Beach, Commune, Tourists, Social Networks, Hypermedia

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	9
OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS.....	11
Marketing Hipermedial: ¿Qué beneficios trae y que tanto ha cambiado al marketing Tradicional	12
La Importancia del Marketing en el Turismo	13
El Marketing Hipermedial y Playa Punta Diamante	14
METODOLOGÍA.....	15
Preproducción, producción y postproducción	16
DESARROLLO.....	17
CONCLUSIÓN	19
ANEXOS.....	20
LOGO Y VARIANTES.....	20
CALENDARIO Y CRONOPOST.....	21
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	24

INTRODUCCIÓN

Playa Punta Diamante, un destino costero en Guayaquil, Ecuador, es reconocido por su belleza natural, con arenas blancas y aguas cristalinas. Ofrece a los visitantes disfrutar del sol, el mar y diversas actividades acuáticas. A pesar de su atractivo, esta playa puede ser relativamente desconocida para algunos turistas, lo que resalta la importancia de destacar y promover sus recursos turísticos para atraer más visitantes y contribuir al desarrollo económico y social de la zona.

La propuesta comunicativa para la promoción turística de Playa Punta Diamante se centra en dar a conocer sus diferentes atracciones y recursos, aprovechando las herramientas digitales como medios efectivos para alcanzar una audiencia más amplia. Según lo menciona Ortega (2021), el contenido visual y audiovisual en las campañas de promoción turística es fundamental, ya que permite mostrar de manera más clara y atractiva los atractivos turísticos de la zona.

La implementación de esta campaña no solo tiene repercusiones en la comunidad, sino que también resalta las actividades tradicionales y culturales locales, lo que genera un impacto positivo tanto en la economía como en el reconocimiento de la comuna. González (2020) define que estrategias de comunicación con los habitantes de un lugar permite una activación turística donde todos se benefician al promover fuentes de trabajo, con resultados positivos para el balneario.

La activación turística para la comunidad de la Playa Punta Diamante es importante, ya que puede generar fuentes de trabajo y beneficios económicos para la comunidad. Considerando que la estrategia comunicativa busca involucrar a los

habitantes del lugar en la promoción del turismo y mostrar la riqueza cultural y turística del lugar para atraer a más turistas y generar un impacto positivo en la comunidad.

Es relevante resaltar que esta campaña hipermedial no solo beneficia a los residentes de Playa Punta Diamante, sino que también contribuye al desarrollo turístico de la región en su conjunto. Al promover las atracciones y recursos turísticos de la playa, se puede atraer a un mayor número de visitantes, lo que a su vez impulsa los ingresos de la economía local y crea nuevas oportunidades de empleo.

Como antecedente, se encuentra la campaña comunicativa "Aventúrate Olón", diseñada para promover los servicios turísticos de la comunidad de Olón y brindar actividades adicionales a los visitantes. Se toma en cuenta cómo esta iniciativa inspiró el desarrollo de la campaña para Playa Punta Diamante y cómo se pretende resaltar las diversas atracciones y recursos turísticos que el lugar ofrece.

En este sentido, esta campaña hipermedial se centró en promover actividades turísticas que sean respetuosas con el medio ambiente y la cultura local. Asimismo, se buscó fomentar la colaboración con los residentes y organizaciones locales para asegurar que la actividad turística no cause ningún impacto negativo en el entorno ni en las comunidades locales.

La propuesta comunicativa de promover el turismo de la Playa Punta Diamante mediante una campaña permite dar a conocer las riquezas culturales y turísticas del lugar y atraer a más visitantes, contribuyendo al desarrollo económico de la región y promoviendo el turismo sostenible. Con el uso de herramientas digitales y aprendizajes previos, se creó contenido visual y audiovisual atractivo resaltando las maravillas de la playa y su entorno natural y cultural, así como su potencial turístico.

Además, se beneficiará a los habitantes de Punta Diamante y se atraerán turistas nacionales e internacionales que desconocen las maravillas de este destino turístico. La

promoción de la playa y sus recursos turísticos generará un impacto económico importante para la comunidad, generando fuentes de trabajo y mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

Aunque estas investigaciones nos dan una visión global de los problemas de este sitio turístico, es vital considerar, si no se ayuda a dar más visibilidad a estas personas, los turistas nacionales e internacionales no sabrán de su existencia, por ello se presenta como una oportunidad para divulgar sus riquezas naturales y culturales.

OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS

Objetivo General

- Definir y proponer una campaña digital informativa a través de Instagram de los atractivos turísticos de la playa Punta Diamante de la Ciudad de Guayaquil para la temporada playera 2024.

Objetivo Específicos

- Explorar y enlistar los diferentes servicios turísticos que ofrece Playa Punta Diamante para su difusión y promoción.
- Documentar a través de fotos y videos estilo publicitario los diferentes atractivos turísticos de la localidad.
- Crear una estrategia de contenido aplicando los elementos documentados para ser usados en la plataforma Instagram.

Marketing Hipermedial: ¿Qué beneficios trae y que tanto ha cambiado al marketing Tradicional?

El marketing hipermedial ha revolucionado la manera en que las empresas se conectan con su audiencia, generando beneficios sustanciales en comparación con las estrategias tradicionales. Al emplear una diversidad de canales digitales como redes sociales, blogs y aplicaciones móviles, las marcas pueden interactuar de manera más directa y personalizada con su público objetivo. Esta interactividad no solo permite la participación de los consumidores, sino que también facilita la recopilación instantánea de retroalimentación, posibilitando ajustes en tiempo real. Además, el marketing hipermedial se destaca por la creación de contenidos adaptados a distintas plataformas, aumentando la efectividad de las campañas publicitarias al ofrecer mensajes relevantes y atractivos.

En contraste con el marketing tradicional, que se caracteriza por su enfoque unidireccional a través de medios masivos como la televisión y la radio, el marketing hipermedial coloca a la audiencia en el epicentro de la comunicación. Esta evolución redefine la dinámica del marketing al transformar a la audiencia de un mero receptor pasivo a un participante activo en la construcción y difusión del mensaje. Este cambio de paradigma ha conducido a una mayor personalización, relevancia y conexión emocional con los consumidores, estableciendo el marketing hipermedial como una poderosa herramienta para la construcción de relaciones duraderas entre las marcas y su audiencia.

A lo largo de los años el marketing ha tenido muchos cambios positivos que han hecho que el contenido vaya evolucionando de forma constante por ello la hipermedialidad hace una clara referencia al hipertexto y a la multimedia con ello van

tomando recursos como audio, imágenes, videos, entre otros. Lonzón, Gómez y Cervantes (2017) afirman que “Han cambiado fundamentalmente los contenidos que se ofrecen al público, la función principal es diferente y se prima a la audiencia como actor de la comunicación. Aunque se menciona los modos de producción y enunciación” (Pag 47). Esta es la razón por la que los profesionales de la comunicación y del marketing tienen que estar en constantes cambios e innovaciones al momento de crear dicho contenido.

La Importancia del Marketing en el Turismo

El marketing desempeña un papel fundamental en el sector turístico al ser una herramienta esencial para atraer a visitantes y promover destinos. A través de estrategias efectivas de marketing, los destinos turísticos pueden destacar sus atributos únicos, resaltar experiencias memorables y captar la atención de audiencias globales. La visibilidad generada por campañas de marketing bien ejecutadas contribuye significativamente al aumento del turismo, fomentando el desarrollo económico de las comunidades locales.

La competencia en la industria turística es feroz, y el marketing permite a los destinos diferenciarse y posicionarse de manera efectiva en el mercado. La identificación y promoción de propuestas de valor únicas, ya sea a través de la cultura local, la belleza natural o las actividades recreativas, son aspectos esenciales para atraer a diversos segmentos de turistas. Un enfoque estratégico en marketing también facilita la adaptación a las tendencias cambiantes del mercado y la satisfacción de las expectativas en constante evolución de los viajeros.

Además de atraer nuevos visitantes, el marketing turístico es crucial en la retención de clientes. La construcción de una marca turística sólida y el mantenimiento

de una presencia constante en diversos canales de comunicación garantizan que los destinos sigan siendo relevantes y atractivos para los turistas habituales, fomentando así la lealtad y la repetición de visitas.

El contenido generado a través de estrategias de marketing beneficia a Playa Punta Diamante al resaltar sus encantos naturales y atractivos turísticos de manera atractiva. La creación de contenido visual, como fotos y videos, permite mostrar la belleza escénica de la playa, sus aguas cristalinas y su entorno paradisíaco, atrayendo la atención de potenciales visitantes. Esta presentación visual efectiva contribuye a posicionar a Playa Punta Diamante como un destino atractivo y memorable.

El Marketing Hipermedial y Playa Punta Diamante

El contenido generado a través de estrategias de marketing beneficia a Playa Punta Diamante al resaltar sus encantos naturales y atractivos turísticos de manera atractiva. La creación de contenido visual, como fotos y videos, permite mostrar la belleza escénica de la playa, sus aguas cristalinas y su entorno paradisíaco, atrayendo la atención de potenciales visitantes. Esta presentación visual efectiva contribuye a posicionar a Playa Punta Diamante como un destino atractivo y memorable.

La interactividad del marketing hipermedial también desempeña un papel crucial al involucrar a la audiencia en experiencias virtuales y promover la participación. La creación de contenido interactivo, como recorridos virtuales o encuestas en redes sociales, permite a los futuros visitantes explorar las instalaciones, conocer las actividades disponibles y sentirse parte de la experiencia antes de llegar. Esto no solo genera expectativas positivas, sino que también contribuye a construir una conexión emocional previa a la visita, aumentando la probabilidad de elección de Playa Punta Diamante como destino.

Además, el marketing facilita la difusión de información relevante sobre eventos especiales, promociones y servicios locales, manteniendo a la audiencia actualizada y fomentando una mayor participación. La adaptabilidad de las estrategias de marketing permite a Playa Punta Diamante ajustarse a las estaciones turísticas, promocionando actividades específicas durante períodos clave y asegurando un flujo constante de visitantes a lo largo del año. El contenido generado por el marketing contribuye a fortalecer la posición de Playa Punta Diamante como un destino turístico vibrante y atractivo.

METODOLOGÍA

La investigación de esta campaña Hipermedial es de tipo Etnográfico con un enfoque cualitativo y se complementa con el alcance exploratorio, el cual nos sirve para descubrir y adquirir los conocimientos fundamentales necesarios para comprender y expresar las emociones y cultura de las personas por lo que hay poca información de ellos.

La campaña se desarrolla desde una perspectiva etnográfica, como describe Geertz (1973), quien la define como un método de investigación que implica el estudio de las formas de vida humana en sus contextos culturales específicos mediante la observación activa y el análisis de datos no estandarizados, como entrevistas, análisis de documentos y observaciones. El objetivo es comprender y explicar la cultura, los procesos y las dinámicas sociales de un grupo o comunidad determinada.

El producto se fundamenta en un enfoque cualitativo, según lo explica Creswell (2018), quien lo define como una metodología de investigación utilizada para comprender y explicar fenómenos complejos que tienen lugar en contextos naturales. Esta técnica se concentra en describir y comprender los pensamientos, emociones y

acciones de las personas mediante la recolección y el análisis de datos no estandarizados, como entrevistas, observaciones y documentos.

El alcance exploratorio del producto, según Neuman (2017), pretende obtener una comprensión general de un fenómeno, tema o problema mediante el descubrimiento de nuevos conocimientos o ideas. Además, posibilita la recopilación de información mediante diversos métodos, como entrevistas, encuestas o estudios de casos, lo que puede ayudar a proporcionar nueva información y comprensión del tema, compensando la falta de fuentes de información.

La metodología cualitativa empleada en esta investigación permite interpretar libremente la realidad de Playa Punta Diamante, enfocándonos en crear contenido para la campaña. El método etnográfico se revela como esencial para obtener información valiosa y única sobre aspectos culturales y sociales, entre otros. Cada fotografía, video o entrevista generada refleja el conocimiento adquirido a través de la interpretación de los resultados, proporcionando una perspectiva enriquecedora para la campaña.

Preproducción, producción y postproducción

El desarrollo de la campaña Hipermedial que trata de promover el turismo en Playa Punta Diamante se lleva a cabo en tres fases: preproducción, producción y postproducción. Según Anteraza (2017) “la primera es la preproducción, etapa que planifica y tomar decisiones sobre el rodaje; la segunda es la producción, etapa que se ejecuta y elabora el material audiovisual; y la tercera es la postproducción, se junta todo el material.” (Pag 30)

En la primera fase se crearon guiones para tener mejor orden al grabar y editar el contenido audiovisual, se identificaron los colores en lo que se quería basar la paleta de colores tanto de la línea gráfica como de la página web, se realizó una

planificación y un cronograma de publicaciones para la red social de Instagram, se visitó el lugar para hacer un estudio previo a la grabación, para tener una mejor visión para tener distintas tomas visuales para los reportajes, además revisar las tendencias actuales en la red social.

Por Otro lado, en la fase de producción se trata de buscar las mejores tomas de imágenes, videos, entrevistas, entre otras actividades relacionadas al turismo de la comuna, esta campaña Hipermedial, el cual es abordar la cultura y las costumbres de la Playa Punta Diamante, así mismo los problemas que tienen a nivel poblacional y la parte fundamental de este producto es promover este sitio turístico para que más personas puedan conocerlo y darles un toque más atractivo a los ojos del turista consumidor.

En la Post Producción se realizó todo lo relacionado con edición, con programas como Adobe Illustrator, Adobe Premiere, Adobe Photoshop, entre otros. por lo que se tuvo que editar todos los entregables que se necesitaban como la Pagina web, el spot Publicitario, el Brochure y los posts, carruseles y reels que se les entregara para la debida cuenta de Instagram.

DESARROLLO

Para la planificación y realización de esta campaña hipermedial se organizaron distinto viajes hacia playa Punta Diamante que se encuentra ubicada a 30 kilómetros de

la ciudad de Guayaquil para realizar las diversas entrevistas que se les hicieron a los habitantes de la comuna, en el cual se trataron los temas de su historia, que es lo que ellos le pueden ofrecer a los turistas e invitándolos a ir. Así mismo se les hizo varias entrevistas a las personas que iban a visitar y disfrutar la playa teniendo preguntas relacionadas a como se enteraron de Punta Diamante y si recomendarían visitar el lugar, como varias tomas de plano general, primerísimo plano y plano americano las personas que están disfrutando de las aguas y de la cultura, finalmente fotos grupales y en solitarios para alimentar la página web.

En la fase de producción de la campaña hipermedial se elaboró material gráfico y audiovisual para abordar la cultura y las costumbres de la Playa Punta Diamante, así mismo los problemas que tienen a nivel poblacional y la parte fundamental de este producto es promover este sitio turístico para que más personas puedan conocerlo y darles un toque más atractivo a los ojos del turista consumidor.

Por último, se realizó todo lo que es la edición de fotos que se tomaron en el Lugar, para darles un toque más llamativo y utilizarlos tanto en los posts de Instagram, carruseles y en la página web. Se realizaron varios reels sobre la comida que se puede de gustar la playa, los diferentes atractivos que tienen, ¿Cómo llegar a Playa Punta Diamante? Y ¿Cómo nació?, se realizó con laY ¿Cómo nació?, se realizó con las herramientas de edición, dándole así un toque más atractivo para el público. Así también se logró concluir la Pagina web, con diferentes entradas de información como, por ejemplo: ¿Quiénes somos?, ¿Dónde nos Ubicamos?, Contáctanos, también agregamos una biblioteca de imágenes, un Post Publicitario y una entrada dedicada al ciclismo y a la gastronomía del lugar. En el Spot Publicitario se tuvo que hacer varias regrabaciones para que haya el material adecuado y que este alineado a lo que

necesitábamos mostrar que era un verdadero tesoro perdido, mientras que en el brochure se hicieron varios cambios en la paleta de colores y en la línea gráfica que este artículo llegaba, hasta que se logró encontrar un diseño adecuado a lo que necesitábamos.

CONCLUSIÓN

En conclusión, se determina que la problemática abordada en este trabajo de titulación se materializa en la Campaña Hipermedial de Playa Punta Diamante, la cual destaca este lugar turístico por sus costumbres, actividades recreativas y gastronomía.

La actividad turística en este lugar representa una problemática que impacta la economía local de Playa Punta Diamante. Por ello, se aborda minuciosamente con enfoques innovadores para mejorar la realidad turística. Se consideran los diferentes desafíos y barreras específicas que enfrenta esta comunidad debido a la falta de visibilidad y publicidad.

A través de esta Campaña Hipermedial y su enfoque, se logra identificar la perspectiva y posibilidades del potencial turístico que tiene esta comunidad. Por ello, este producto adopta formatos que facilitan la visibilidad a la comunidad de Playa Punta Diamante, dando a conocer aspectos importantes en el marco turístico que pueden promoverse a nivel regional.

ANEXOS

LOGO Y VARIANTES



PUNTA
DIAMANTE



PUNTA
DIAMANTE



CULTURA
GASTRONOMIA
TURISMO

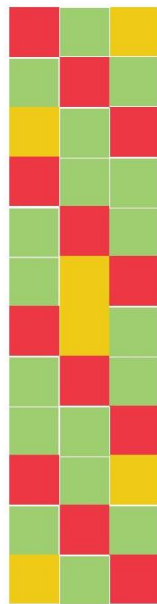
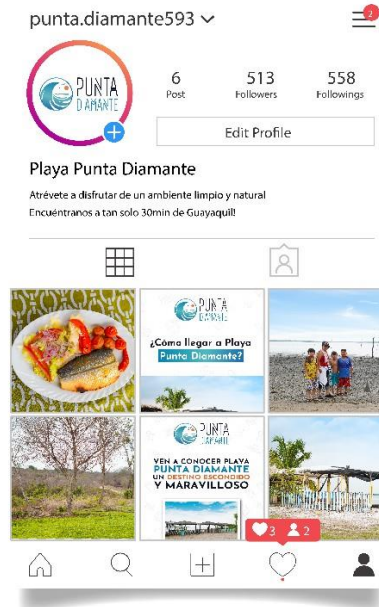
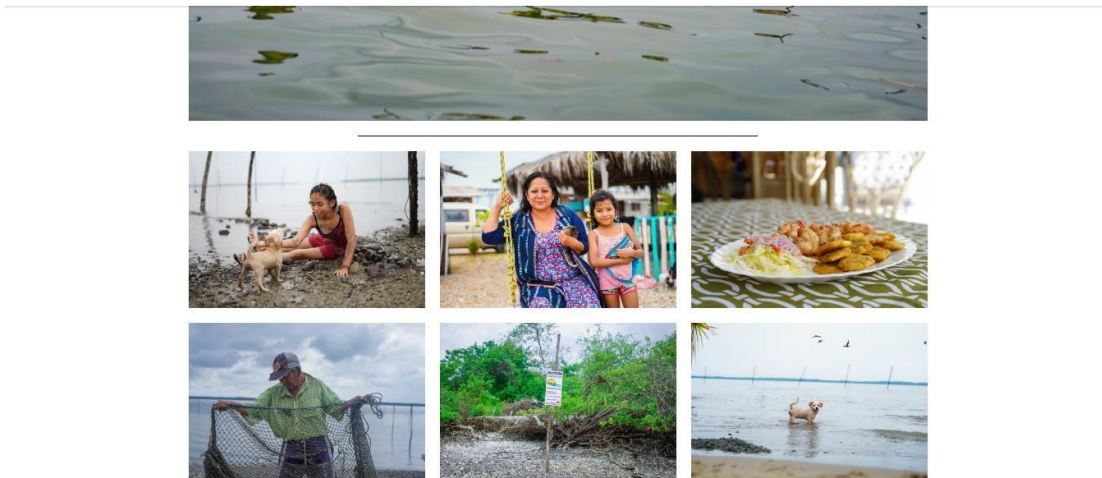


FOTO
REEL
CARRUSEL



PAGINA WEB



¿Quiénes Somos?

Playa Punta Diamante es una playa situada a unos 45 minutos de la ciudad de Guayaquil, en la costa del Pacífico de Ecuador. Aunque no es una de las playas más conocidas de la zona, es un lugar tranquilo y hermoso para pasar el día. Esta playa es conocida por ser un brazo de mar que está conectado al estuario del río Guayas, lo que la convierte en una playa ideal para la pesca deportiva y para dar paseos en bote.

En cuanto a las actividades, aunque no es un lugar adecuado para practicar surf o buceo, los visitantes pueden disfrutar de la belleza natural de la playa, nadar en sus aguas y relajarse en la arena. También hay restaurantes y bares en la zona que ofrecen platos típicos de la gastronomía local.



¿Dónde nos Ubicamos?

Si deseas viajar desde Guayaquil a la playa Punta Diamante, el primer paso es dirigirte hacia el norte de la ciudad. Desde allí, tendrás que tomar la carretera a la Costa, que es la vía principal que conecta a Guayaquil con las playas del Pacífico. Después de conducir aproximadamente 30 km por esta carretera en dirección oeste, verás algunos letreros que indican la dirección de la playa Punta Blanca y la playa Salinas, pero continúa conduciendo por la misma carretera.

Luego, después de unos 30 km de conducción, llegarás al km 22 de la carretera a la Costa, donde encontrarás un desvío a la derecha con un letrero que indica «Chongón». Toma este desvío y conduce 5 km por esta nueva carretera hasta llegar a la entrada de Chongón. Este es un pequeño pueblo ubicado al sur de Guayaquil.

En la escuela de Chongón, verás un camino de tierra a la derecha que conduce a Punta Diamante. Toma este camino y comienza a conducir. Ten en cuenta que...

Contáctanos

No dudes en ponerte en contacto con nosotros mediante la siguiente el formulario para enviarnos, tus sugerencias o alguna inquietud que tengas.

Nombre (obligatorio)

Correo electrónico (obligatorio)



SPOT PUBLICITARIO

Playa Punta Diamante

A 26 kilómetros del centro de Guayaquil se esconde un diamante. Se trata de Punta Diamante, un atractivo turístico de la parroquia Chongón que se ha convertido en uno de los favoritos por los ciclistas y bañistas. Su sendero está adecuado para hacer ciclismo de aventura, mientras que su playa de aguas claras es otra alternativa para disfrutar entre familia y amigos.



BROCHURE

**PUNTA
DIAMANTE**

PLAYA PUNTA DIAMANTE
UN TESORO OCULTO

Conoce esta playa escondida ubicada a tan solo 45 min de Guayaquil

WWW.PLAYAPUNTADIAMANTE.COM

https://drive.google.com/file/d/13F3sXhweeKGWwKX5Yqpxa1HTE3pJEF2a/view?usp=drive_link

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bordwell, D. y Thompson, K. (2015). *El arte de ver cine*. Editorial Cátedra.
- Chiriguaya, M. y Baquerizo, V. (2021). Vista de Diseño de un plan de marketing digital para promover el turismo en el cantón Samborondón, en el año 2020. *Revista Ecotec*, 11(1), 125-139.
<https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/433/332>
- Cotán, A. (2020). El método etnográfico como construcción de conocimiento: un análisis descriptivo sobre su uso y conceptualización en ciencias sociales. *Revista de Educación de la Universidad de Málaga*, 1(1), 83-103.
<https://revistas.uma.es/index.php/mgn/article/view/7241/7058>
- Creswell, J. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage publications.
- Faulkner, B. (2001). *Tourism Economics*. Routledge
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador [FEPTCE]. (2012). *Estudios de Caso de la Iniciativa Ecuatorial. Soluciones locales de desarrollo sostenible para las personas, la naturaleza y las comunidades resilientes*.
https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf
- García, P. (2018). *Marketing digital para pequeñas empresas*. Editorial Planeta.
- García, P. (2018). *Marketing turístico: un enfoque estratégico*. Editorial Pearson.
- Goeldner, C.R., & Ritchie, J.R.B. (2009). *Tourism: principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons.
- González, A. y Romero, K. (2021). *Marketing digital para la reactivación del turismo en el cantón Quero* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/34033>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

- Jurado, E. (2015). *Identificación de las potencialidades turísticas recreativas de la comuna Punta Diamante del cantón Guayaquil 2015* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7829>
- Kim, Y., & Lee, S. (2020). La efectividad de la publicidad en redes sociales: un análisis comparativo entre Facebook e Instagram. *Journal of Social Media Advertising*, 8(4), 78-98.
- Li, X., & Riter, B. (2019). The history and evolution of hypermedia marketing campaigns. *Journal of Marketing Technology*, 5(1), 1-16.
- Lunzón, V., Gómez, Á., & Cervantes, R. (2017). Figuras profesionales emergentes de radio y televisión en la era de la hipermedialidad. *Revista Mediterránea de Comunicación*
- Muñoz, K. (2015). *Análisis de las potencialidades para desarrollar el turismo en la comuna Punta Diamante, en la provincia del Guayas* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/8525>
- Neuman, W. (2017). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson
- Ollague, N. (2015). *Plan de promoción turística para la comunidad Punta Diamante de la parroquia Chongón del cantón Guayaquil* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. <https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ee6231f0-384e-4d70-8d01-c7a5ef551674/content>
- Raudeliūnienė, J., Davidavičienė, V., Tvaronavičienė, M., y Jonuška, L. (2018). Evaluation of advertising campaigns on social media networks. *Sustainability*, 10(4), 1-14. <https://doi.org/10.3390/su10040973>.
- Sandoval, A., Sandoval, L. y Benavides, J. (2019). Sistema experto para la identificación de sitios turísticos basados en preferencias. *HOLOPRAXIS*, 3(1), 156–168.
- Smith, J. (2018). La efectividad de la publicidad en redes sociales. *Journal of Social Media Advertising*, 6(2), 43-56.

- Toselli, C. (2004). Algunas tendencias del turismo cultural en la Argentina. El patrimonio “olvidado” como recurso turístico. *Travelturisme*.
https://imae.usal.edu.ar/archivos/imae/otros/a_ocio-08.pdf
- Velastegui, C. y Obando, D. (2013). *Investigación sobre la incidencia de la promoción audiovisual de los lugares turísticos poco explotados* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica]. <https://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/336>
- Wearing, S. & Neil, J. (2001). Community-based tourism: a sustainable option? *Journal of Sustainable Tourism*, 9(4), 288-311.
- Zapata, B. (2022, septiembre 3). ¿Cómo llegar a playa Punta Diamante de Guayaquil? *El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/informes/como-llegar-a-playa-punta-diamante-de-guayaquil-nota/>
- Zapata, B. (2022, septiembre 3). ‘Playa Punta Diamante, de Guayaquil, podría convertirse en lo que dice su nombre, un diamante’: Cynthia Viteri envió ayuda como víveres y atención médica. *El Universo*.
<https://www.eluniverso.com/noticias/informes/cynthia-viteri-playa-punta-diamante-de-guayaquil-podria-convertirse-en-lo-que-dice-su-nombre-un-diamante-funcionaria-anuncia-ayuda-a-la-comunidad-nota/>