



Vol. 11, Nº 25 (diciembre / dezembro 2018)

SAMBORONDÓN; ATRIBUTOS COMO DESTINO TURÍSTICO

Edgar Salas L.¹

Universidad Espíritu Santo – Ecuador
Km. 2.5 Vía la Puntilla, Vía Samborondón
esalas@uees.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Edgar Salas L. (2018): “Samborondón; atributos como destino turístico”, Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 25 (diciembre / dezembro 2018). En línea:
<https://www.eumed.net/rev/turydes/25/samborondon.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes25samborondon>

Resumen

El presente estudio realiza una investigación para determinar los diferentes atributos que los habitantes del Cantón Samborondón de Ecuador, consideran como los más relevantes y llamativos dentro del atractivo turístico, observando distintas variables que influyen en su acogida. La colaboración del city branding es necesaria para la identificación de cualquier servicio en un lugar específico como una excelente herramienta para resaltar los valores, gustos y preferencias de los habitantes y construir una marca de la ciudad.

Palabras Clave: Atributos- destino turístico- branding- city branding- marca

Abstract

An investigation was carried out to determine the different attributes that the inhabitants of Canton Samborondón consider to be the most striking and important that its canton has as a tourist destination, likewise it was possible to observe the different activities that have been carried out in the canton so that the activity tourism has a greater reception. The branding is necessary for the identification of any service in a specific place, in this case the city branding will be an excellent tool to highlight the values, check the preferences of the inhabitants and build a brand of the Canton Samborondón.

Keywords: Attributes- tourist destination- branding- city branding- brand

¹Director Académico de la Facultad de Comunicación en la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Máster en Diseño & Branding

1. Enunciado del Problema

El Municipio de Samborondón ha impulsado diversos íconos para generar identificación con el cantón Samborondón, sin embargo, no se ha propuesto un símbolo representativo del lugar que logre generar una marca cantonal para promover el turismo. El motivo de este estudio es poder determinar con qué símbolos se representa al Cantón Samborondón según sus habitantes como destino turístico.

Formulación del Problema

Este pronóstico se plantea mediante la formulación de preguntas orientadas a dar respuesta al problema de la investigación

1. ¿Qué símbolos se logran reconocer sobre el Cantón Samborondón?
2. ¿Con qué símbolo de Samborondón la persona encuestada se identifica?
3. ¿Qué sector considera la persona encuestada que se debe destacar para promocionar a Samborondón como destino turístico?

OBJETIVOS

General

Analizar el potencial turístico del Cantón Samborondón

Específicos

- Identificar los atributos que caracterizan al Cantón Samborondón.
- Evaluar cuáles son los atributos que genera mayor identificación turística en Samborondón

JUSTIFICACIÓN

A través de la siguiente investigación se desea encontrar un ícono que represente al Cantón Samborondón y su turismo para de esta manera crear una marca cantonal que identifique a la zona y se potencialice como destino turístico.

Para crear una Marca Ciudad, los cantones deben encontrar un distintivo que lo identifique a los habitantes y su historia.

DELIMITACION

Limitación de Tiempo

La investigación tuvo un tiempo límite de recolección de información y presentación de anteproyecto de aproximadamente 45 días.

Limitación de Espacio

La investigación se realizó dentro del perímetro de la zona Cantón Samborondón. Este un cantón de la provincia del Guayas, en la República del Ecuador, se encuentra ubicado frente a Guayaquil, separado por el Río Daule y frente al Cantón Durán, separado por el Río Babahoyo; para llegar desde ambos cantones hay que atravesar los ríos por medio del Puente de la Unidad Nacional y del Puente Alterno Norte (Municipio de Samborondón, s.f.).



Actualmente, Samborondón cuenta con aproximadamente cien mil habitantes. Tiene una extensión de 525 Km² está políticamente dividido en tres parroquias, Samborondón, La Puntilla y Tarifa. Su territorio está a 4 metros sobre el nivel del mar, tiene una superficie de 344.99 Km²; tiene una temperatura media anual de 25 g° (Prefectura del Guayas, s.f.).

Limitación de Recursos

La investigación incluyó gastos de viáticos y materiales varios. Siendo que la investigación fue realizada por estudiantes sin recursos propios se buscó que los recursos que se utilizaran sean pocos. (Bernal, 2010)

Tipo de Investigación

Investigación descriptiva-correlacional. Según Salkind (1998), citado por Bernal en su libro de "Metodología de la investigación" en una investigación descriptiva "se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio" (Bernal, 2010). Según Salkind (1998), citado por Bernal en su libro de "Metodología de la investigación" en una investigación descriptiva "la investigación correlacional tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables" (Bernal, 2010). Se escogió la investigación de tipo descriptiva y correlacional ya que se desea describir los resultados de la investigación en cuanto los atributos turísticos de la zona y a su vez realizar una comparación entre las respuestas de los habitantes de Avenida Samborondón con el resto de habitantes cantonales.

Diseño de Investigación

Diseño experimental con grupos aleatorios.

Población y Muestra

La población elegida partió de más de 100 mil habitantes quienes viven en el Catón Samborondón. Para el efecto se utilizó una fórmula para población infinita la cuál arrojó la necesidad de estudiar a una muestra de 270 habitantes.

Poblaciones infinitas:

$$n = \frac{\sum p^2 * q}{e}$$

n = muestra

Σ = Nivel de confianza

N = Población

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

e = error de estimación

Población con la que se trabajó es de un total de 100 mil habitantes en Cantón Samborondón.

Desarrollo:

$$n = \frac{(90\%)(50\%)(50\%)}{5\%}$$

$$n = \frac{(1,64^2)(0.5)(0.5)}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0,06724}{0,0025} = \mathbf{2,70}$$

2. MARCO TEÓRICO

Escenario del Ecuador

El Ecuador es un país latinoamericano que a pesar de ser tercermundista, se ha desarrollado gracias a la globalización en la que se encuentra inmersa, especialmente en 1996 con el uso del internet. Actualmente, el mundo está marcado por las diferentes tendencias tanto culturales, tecnológicas, social, entre otras; las mismas que impulsan la economía de una nación, por lo que el territorio ecuatoriano no se ha quedado atrás. Una de las actividades más destacadas alrededor del mundo actualmente es la construcción de marca-país o marca-ciudad, por lo que varios representantes de los territorios están invirtiendo para destacar los atributos más importantes del espacio donde viven para darlo a conocer como la mejor opción de destino.

Historia de Samborondón

Samborondón se fundó en 1776 y obtuvo su independencia el 10 de octubre de 1820. Gracias a su situación geográfica, se lo consideró como un sitio estratégico durante las batallas de independencia; por esto los mismos próceres del 9 de octubre de 1820 declararon su independencia. Más de un siglo después, el 3 de abril de 1953, un grupo de samborondeños, encabezados por el Crnel. José Lino López, presentaron una solicitud con el número de firmas correspondientes para pedir al Congreso Nacional la cantonización. El Dr. José María Velasco Ibarra firmó el Decreto de Cantonización, mismo que fue publicado en el Registro Oficial del 31 de octubre de 1955. Samborondón es un cantón rico en tradiciones como peleas de gallo, rodeos y cabalgatas; los habitantes se reconocen montubios y tienen como principal actividad económica la ganadería y agricultura.

City Branding

En los últimos quince años se ha producido un cambio de ideas en cuanto a las *Marcas Ciudad* o también llamado *City Branding*. Las sociedades se dieron cuenta de lo necesario que es para un cantón o ciudad hacerse conocer con atributos especiales que lo hagan resaltar de entre las demás. El *City Branding* se originó en el siglo XIX, esta técnica se utilizó por primera vez en Estados Unidos y es una práctica que surge a raíz de la identificación de la ciudad, desde los distintos puntos de vista (Sutton, 2013).

El branding es necesario para la identificación, comunicación y comercialización de cualquier

servicio, bien e inclusive de un lugar; por lo que actualmente el City Branding es una excelente manera de proyectar la imagen del territorio y atraer más personas a que lo conozcan e inviertan en él. Este tipo de estrategia de mercadotecnia trata al espacio como la marca y permite construir su imagen resaltando sus valores, percepción positiva y preferencia en el mercado. Además el City Branding ayuda descubrir las diversas oportunidades comerciales, potencializar a la ciudad y a su vez respaldar a los productos y servicios del lugar. Por ejemplo, en Ecuador, Montañita se ha convertido en uno de los destinos favoritos para los extranjeros que desean surfear y diversión nocturna; esta comuna ha logrado posicionarse en la mente de varios consumidores gracias a las distintas estrategias de comunicación ejecutadas.

Cuando se habla de los destinos turísticos hay un sin número de valores y características resaltadas que compiten entre sí todo el tiempo, como lo es el caso de Ecuador y Costa Rica. Ambos países poseen atributos similares, esta razón obliga al Ecuador a buscar entre sus atributos para realizar campañas de branding que lo diferencien del resto de países tropicales. Para poder aplicar el City Branding se debe tener claro cómo se desea posicionar a la marca y cuáles son los valores y atributos que se anhela comunicar. Para ello se deben ejecutar investigaciones profundas que permita conocer a profundidad la zona que se tratará como marca-país o marca-ciudad.

3. RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS

Dentro de la recolección de información utilizamos fuentes secundarias de los cuales nos basamos en material impreso y digital, también utilizamos fuentes primarias basadas en encuestas, entrevista, observación personal – directa y el internet.

La técnica utilizada para realizar la investigación fue de enfoque cualitativo para el cual se utilizaron dos técnicas: encuesta y entrevista.

a) Encuesta

La metodología de la encuesta consistió en 14 preguntas las cuales fueron elaboradas a dos grupos objetivos, el primero a los habitantes de Avenida Samborondón y el segundo a los habitantes de la Cabecera Cantonal. Ambos grupos fueron encuestados con el mismo formato de preguntas con el fin de poder analizar las respuestas de ambos grupos y poder encontrar su correlación.

Las encuestas fueron realizadas el día 13 de agosto del 2015 y fueron tabuladas por medio del programa GOOGLE DOCS.

Formato de la encuesta

ENCUESTA DE IDENTIFICACIÓN SOBRE SAMBORONDÓN

Fecha: *

<input type="text"/>	<input type="text" value="Mes"/>	<input type="text" value="2015"/>
----------------------	----------------------------------	-----------------------------------

Edad: *

Género: *

- ☐ Masculino
☐ Femenino
☐ Otro

¿Dónde nació? *

- ☐ Ciudad de Guayaquil
☐ Cantón Samborondón

☐ Otro

¿En qué lugar reside? *

- ☐ Avenida Samborondón
- ☐ Cabecera cantonal de Samborondón
- ☐ Cantón Samborondón
- ☐ Otros

¿En qué lugar trabaja? *

- ☐ Avenida Samborondón
- ☐ Cabecera cantonal de Samborondón
- ☐ Cantón Samborondón
- ☐ Otro
- ☐ Ninguno

¿Considera usted la Avenida Samborondón parte del Cantón Samborondón? *

- ☐ Si
- ☐ No

¿Conoce la historia de cómo se formó Samborondón? *

- ☐ Si
- ☐ No

¿Conoce la historia del nombre de Samborondón? *

- ☐ Si
- ☐ No

¿Qué símbolos reconoce sobre Samborondón? *

- ☐ Bandera
- ☐ Himno
- ☐ Garzas
- ☐ Alfarería
- ☐ Agricultura
- ☐ Ganadería
- ☐ Peleas de gallos
- ☐ Hipódromo
- ☐ Platos típicos
- ☐ Malecón de Samborondón
- ☐ Sombrero de paja toquilla
- ☐ Escudo

¿Qué sector considera que se debe destacar para promocionar a Samborondón como destino turístico? *

- ☐ Campos de arrozales
- ☐ Desarrollo de viviendas
- ☐ Platos típicos
- ☐ Locales comerciales
- ☐ Peleas de gallos
- ☐ Alfarería
- ☐ Otro

¿Con qué símbolo de Samborondón usted se identifica? *

- ☐ ☐ Bandera
- ☐ ☐ Himno
- ☐ ☐ Garzas
- ☐ ☐ Alfarería
- ☐ ☐ Agricultura
- ☐ ☐ Ganadería
- ☐ ☐ Peleas de gallos
- ☐ ☐ Platos típicos

¿Considera a Samborondón como un destino turístico? *

- ☐ ☐ Si
- ☐ ☐ No

¿Usted recomendaría a las personas visitar Samborondón? *

- ☐ ☐ Si
- ☐ ☐ No

Enviar

b) Entrevista

Para esta investigación entrevistamos a Allys Luey Zamora, Directora de Turismo de Samborondón, quien nos colaboró con su aporte en las siguientes preguntas.

Resultados de la entrevista

¿Cuántos años tiene Samborondón de ser Cantón?

En el 2015 se cumplen 60 años de cantonización

¿Cuál es la fecha de cantonización?

- ☐ El 31 de octubre
- ☐ El 17 de octubre se celebra la creación parroquia la puntilla

¿Cuáles son las principales actividades que se realizan en Samborondón?

- ☐ Alfarería
- ☐ Ganadería
- ☐ Agricultura

¿Cuál es la comida más destacada en el Lugar?

- ☐ Rosquitas

- Seco de pata
- Yampaco (como una hayaca)

¿Cuáles son los datos generales de Samborondón?

- 90mil personas
- Cantón de la provincia del guayas
- Se encuentra a 4mts sobre la altura del mar
- Superficie: 344.99km 2
- Temperatura media anual: 25grados C

¿Cuál es la actividad principal de Samborondón?

Agricultura, ganadería y pesca en la parte rural y el comercio parte urbano.

¿Cuáles son las fechas donde hay mayor movimiento turístico en el cantón?

En las fechas típicas (fechas cívicas) se genera más movimiento en la cabeza cantonal.

¿Cómo se identifican las personas de Samborondón?

El típico samborondeño que trabaja en el campo, el montubio, se identifica por el sombrero que utiliza.

¿Qué se hace para incentivar el turismo?

Hay feria gastronómica cada último domingo en el pueblo. Samborondía, integración de la familia para conocer las fechas, es en Oct.

¿Qué Tradiciones puede usted mencionar del lugar?

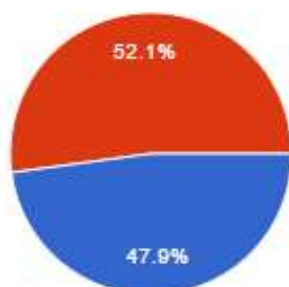
Peleas de gallo

4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Análisis de encuesta realizada a habitantes de Cabecera Cantonal

Pregunta 3

Género



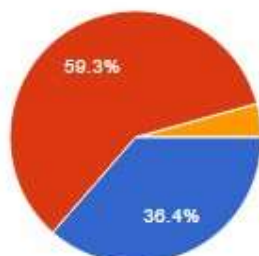
Masculino	67	47.9%
Femenino	73	52.1%

Descripción de análisis:

El 52.1% de los encuestados eran de género femenino mientras que el 47.9% de los encuestados eran de género masculino.

Pregunta 4

¿Dónde nació?



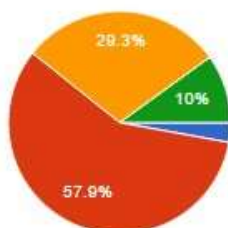
Ciudad de Guayaquil	51	36.4%
Cantón Samborondón	83	59.3%
Otro	6	4.3%

Descripción de análisis:

El 59,3% de los encuestados nacieron en el Cantón de Samborondón mientras que el 36,4% de los encuestados nacieron en la ciudad de Guayaquil.

Pregunta 5

¿En qué lugar reside?



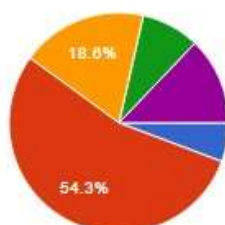
Avenida Samborondón	4	2.9%
Cabecera cantonal de Samborondón	81	57.9%
Cantón Samborondón	41	29.3%
Otro	14	10%

Descripción de análisis:

El 57,9% de los encuestados residen en la Cabecera Cantonal de Samborondón mientras que el 2,9% reside en la Avenida de Samborondón. El 10% que identificaron otros son aquellos que viven en otros cantones cercanos.

Pregunta 6

¿En qué lugar trabaja?, En caso de que no trabaje ¿Donde estudia?



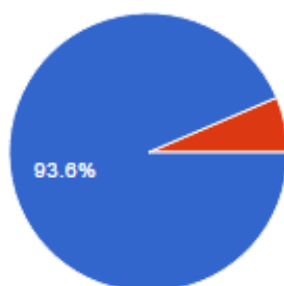
Avenida de Samborondón	8	5.7%
Cabecera cantonal de Samborondón	76	54.3%
Cantón de Samborondón	26	18.6%
Otro	12	8.6%
Ninguno	18	12.9%

Descripción de análisis:

El 54,3% de los encuestados tienen una actividad en la Cabecera cantonal de Samborondón mientras que el 5,7% tiene una actividad en la Avenida de Samborondón.

Pregunta 7

¿Usted considera la Avenida Samborondón parte del Cantón Samborondón?



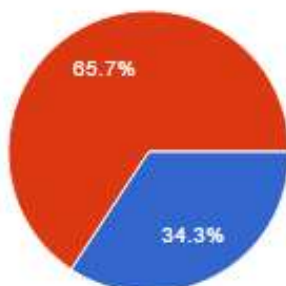
Si	131	93.6%
No	9	6.4%

Descripción de análisis:

El 93,6% de los encuestados indicaron que si consideran a la Avenida Samborondón como parte del Cantón mientras que el 6,4% indicó que la Avenida no forma parte del Canton Samborondón.

Pregunta 8

¿Conoce la historia de cómo se formó Samborondón?



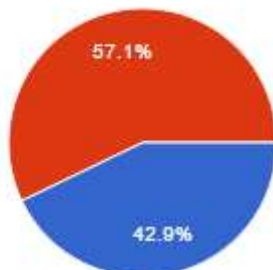
Si	48	34.3%
No	92	65.7%

Descripción de análisis:

El 65,7% de los encuestados indicaron que no conocen de la historia de Samborondón mientras que el 34,3% si tienen conocimiento de su historia.

Pregunta 9

¿Conoce la historia del nombre de Samborondón?



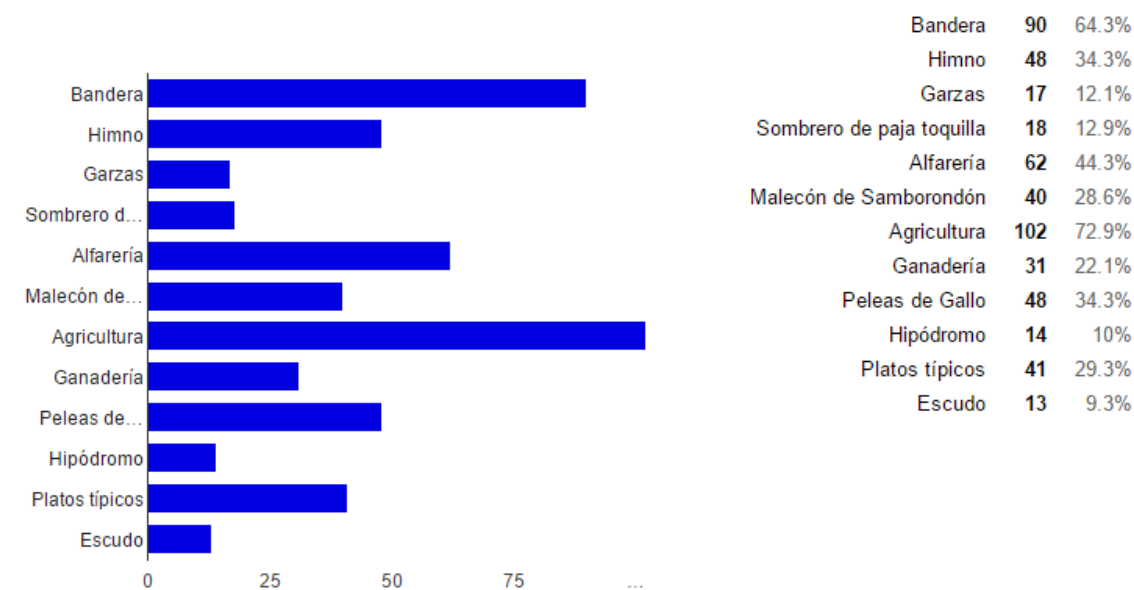
Si	60	42.9%
No	80	57.1%

Descripción de análisis:

El 57,1% de los encuestados indican que no conocen de la historia del nombre de Samborondón, los encuestados restantes que corresponden al 42,9% si conocen del nombre de Samborondón.

Pregunta 10

¿Qué símbolos reconoce sobre Samborondón?



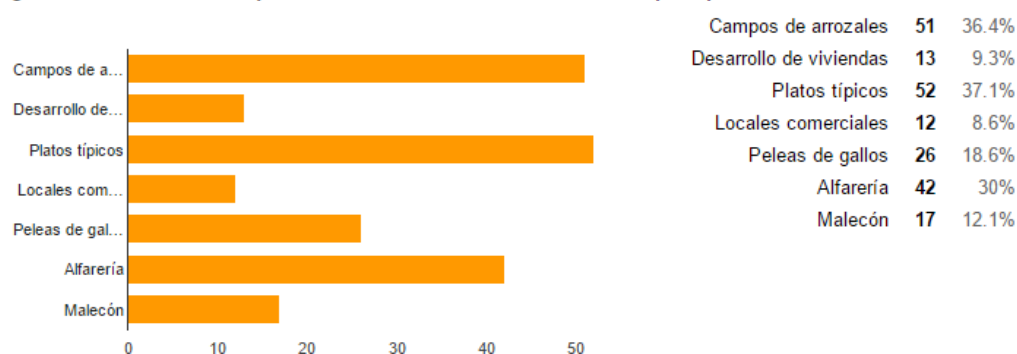
Descripción de análisis:

En esta pregunta los encuestados podían escoger más de una opción.

El 72,9% de los encuestados indicaron que reconocen a Samborondón por la agricultura, el 64,3% reconoce a Samborondón por la bandera, mientras que el 9,3% por el escudo. Es importante recalcar que el Municipio de Samborondón tiene como imagen a las garzas, los encuestados que constituyen apenas al 12,1% reconocen a Samborondón por medio de ese símbolo.

Pregunta 11

¿Qué sector considera que se debe destacar de Samborondón para promocionarlo como destino turístico?

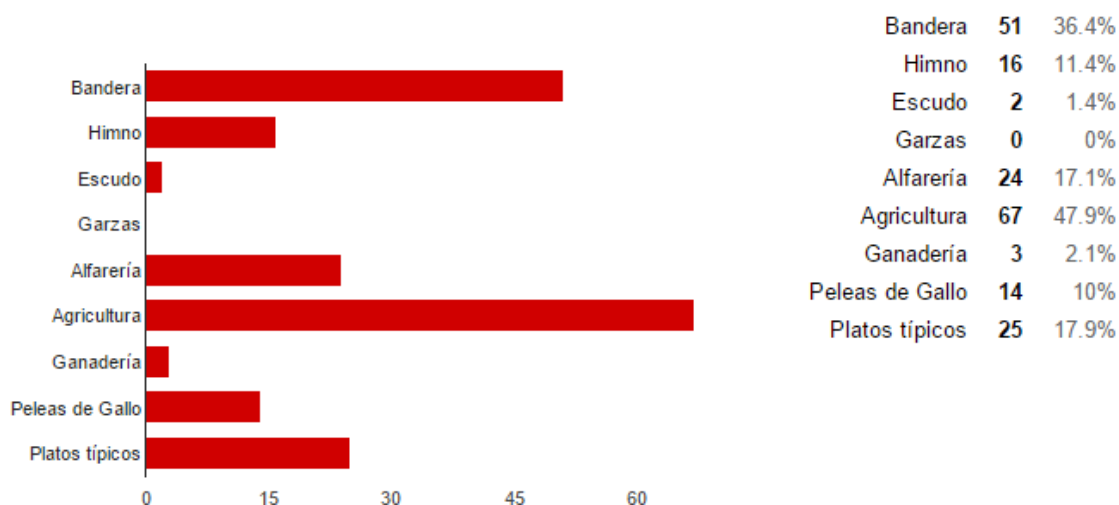


Descripción de análisis:

El 37,1% de los encuestados indica que los platos típicos debería ser utilizados para destacar a Samborondón mientras que una minoría del 8,6% indica debería ser por medio de locales comerciales.

Pregunta 12

¿Con qué símbolo de Samborondón usted se identifica?

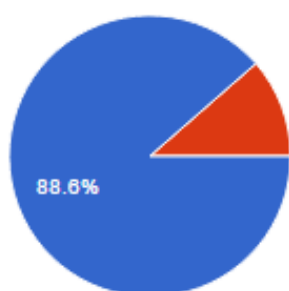


Descripción de análisis:

El 47,9% de los encuestados se identifica por medio del símbolo o de la actividad de la agricultura mientras que el 0% de los encuestados se identifica con las garzas.

Pregunta 13

¿Considera a Samborondón como destino turístico?



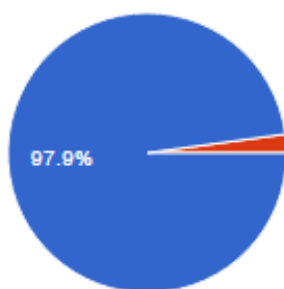
Si	124	88.6%
No	16	11.4%

Descripción de análisis:

El 88,6% de los encuestados si considera a Samborondón como destino turístico mientras que 11,4% considera lo contrario.

Pregunta 14

¿Usted recomendaría a las personas visitar Samborondón?



Si	137	97.9%
No	3	2.1%

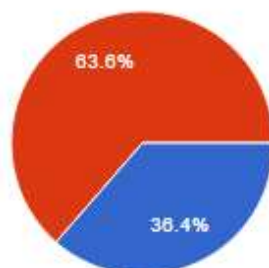
Descripción de análisis:

El 97,9% de los encuestados si recomendaría visitar Samborondón mientras que el 2,1% no recomendaría visitar Samborondón.

Análisis de encuesta realizada a habitantes de Avenida de Samborondón

Pregunta 3

Género:



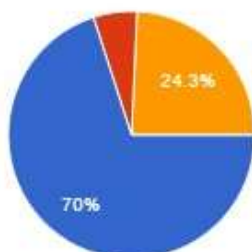
Masculino	51	36.4%
Femenino	89	63.6%
Otro	0	0%

Descripción de análisis:

El 63,6% de los encuestados son de género femenino mientras que el 36,4% era de género masculino.

Pregunta 4

¿Dónde nació?



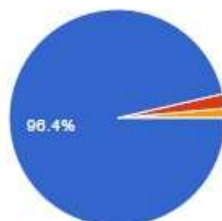
Ciudad de Guayaquil	98	70%
Cantón Samborondón	8	5.7%
Otro	34	24.3%

Descripción de análisis:

El 70% de los encuestados nació en la ciudad de Guayaquil mientras que el 5,7% nació en el Cantón de Samborondón.

Pregunta 5

¿En qué lugar reside?



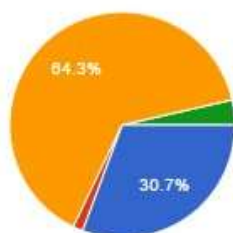
Avenida Samborondón	135	96.4%
Cabecera cantonal de Samborondón	3	2.1%
Otros	2	1.4%

Descripción de análisis:

El 96,4% de los encuestados reside en la Avenida de Samborondón mientras que el 2,1% reside en la Cabecera Cantonal de Samborondón.

Pregunta 6

¿En qué lugar trabaja?, En caso de que no trabaje ¿Donde estudia?



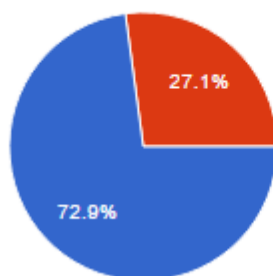
Avenida Samborondón	43	30.7%
Cabecera cantonal de Samborondón	2	1.4%
Otro	90	64.3%
Ninguno	5	3.6%

Descripción de análisis

El 64,3% de los encuestados que indicó "otro" constituye a la ciudad de Guayaquil, provincias y alrededores. El 30,7% indicó que tiene alguna actividad en Avenida de Samborondón mientras que el 1,4% tiene actividad en la Cabecera Cantonal de Samborondón.

Pregunta 7

¿Considera usted la Avenida Samborondón parte del Cantón Samborondón?



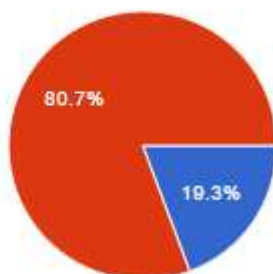
Si	102	72.9%
No	38	27.1%

Descripción de análisis:

El 72,9% de los encuestados si considera la Avenida de Samborondón parte del Cantón mientras que el 27,1% considera lo contrario.

Pregunta 8

¿Conoce la historia de cómo se formó Samborondón?



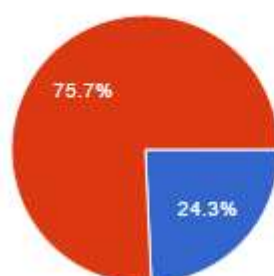
Si	27	19.3%
No	113	80.7%

Descripción de análisis:

El 80,7% de los encuestados si conoce de la historia de Samborondón mientras que el 19,3% no conoce de su historia.

Pregunta 9

¿Conoce la historia del nombre de Samborondón?



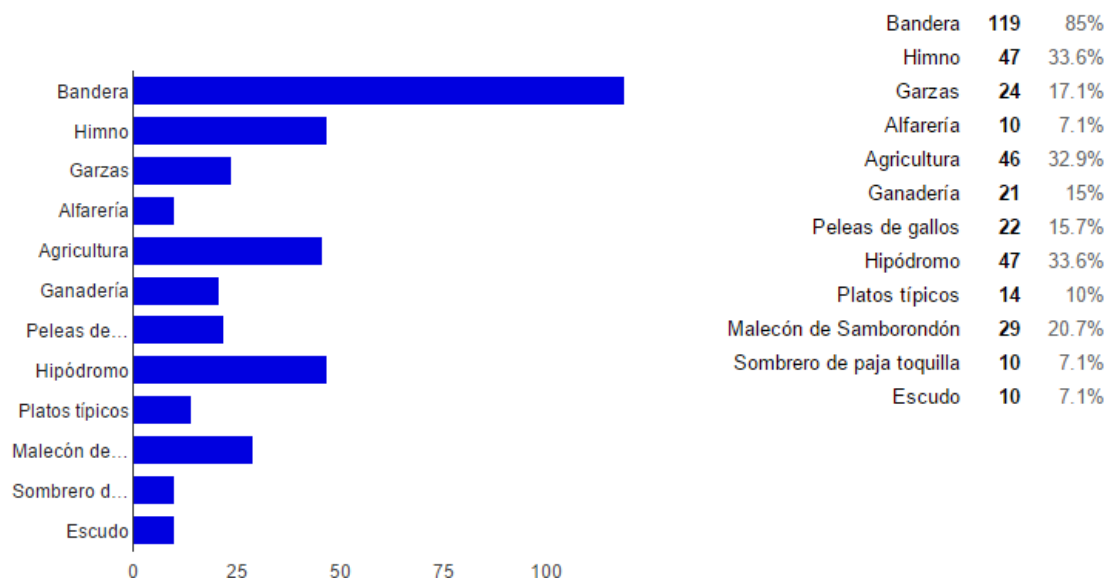
Si	34	24.3%
No	106	75.7%

Descripción de análisis:

El 75,7% de los encuestados no conoce la historia del nombre de Samborondón mientras que el 24,3% si tiene conocimiento de la historia del nombre.

Pregunta 10

¿Qué símbolos reconoce sobre Samborondón?



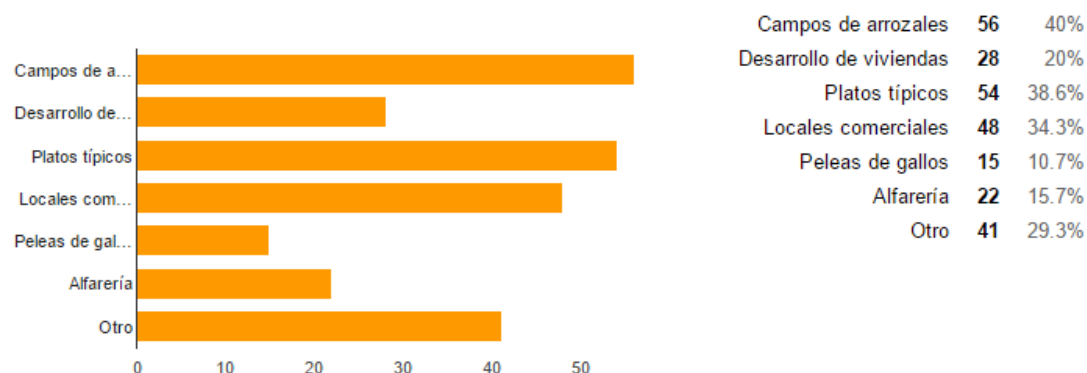
Descripción de análisis:

En esta pregunta los encuestados podían escoger más de un símbolo.

El 85% de los encuestados reconocen a Samborondón por medio del símbolo de la bandera mientras que un 33,6% repetitivo coincide en las categorías de himno, agricultura e hipódromo.

Pregunta 11

¿Qué sector considera que se debe destacar para promocionar a Samborondón como destino turístico?

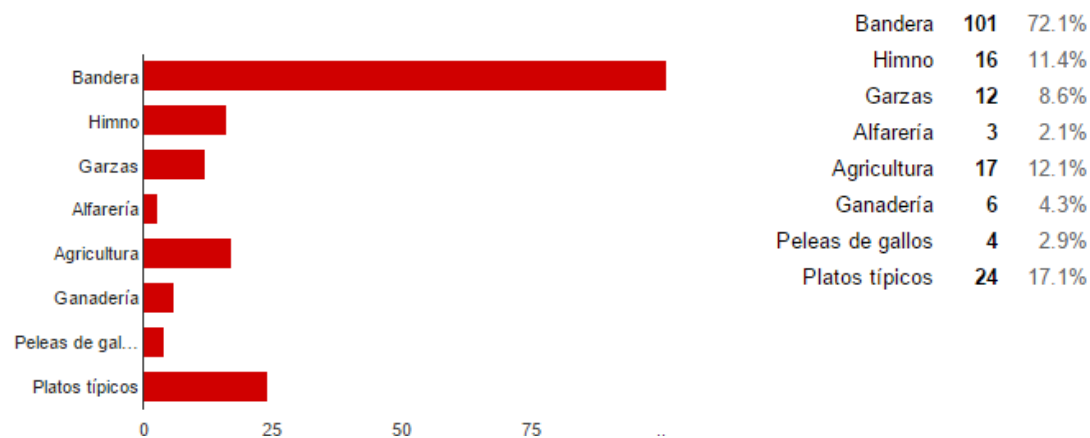


Descripción de análisis:

El 40% de los encuestados indica que se debe destacar Samborondón por medio de los campos de arrozales mientras que la minoría del 10,7% indica que se debe destacar Samborondón por medio de las peleas de gallo.

Pregunta 12

¿Con qué símbolo de Samborondón usted se identifica?



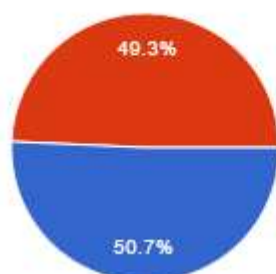
Descripción de análisis:

El 72,1% de los encuestados se identifica con el símbolo de la bandera mientras que una minoría se identifica con la alfarería.

Es importante recalcar que apenas el 8,6% de los encuestados se identifica con el símbolo actual de las garzas del Municipio de Samborondón.

Pregunta 13

¿Considera a Samborondón como un destino turístico?



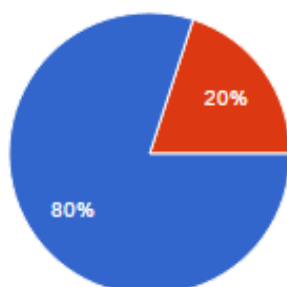
Si	71	50.7%
No	69	49.3%

Descripción de análisis:

El 50,7% de los encuestados si considera como destino turístico a Samborondón, mientras el 49,3% de los encuestados no considera Samborondón un destino turístico.

Pregunta 14

¿Usted recomendaría a las personas visitar Samborondón?



Si	112	80%
No	28	20%

¿Qué símbolos reconoce sobre Samborondón?



Bandera	119	35%
Himno	47	33.6%
Garzas	24	17.1%
Alfarería	10	7.1%
Agricultura	46	32.9%
Ganadería	21	15%
Peleas de gallos	22	15.7%
Hipódromo	47	33.6%
Platos típicos	14	10%
Escudo	10	7.1%

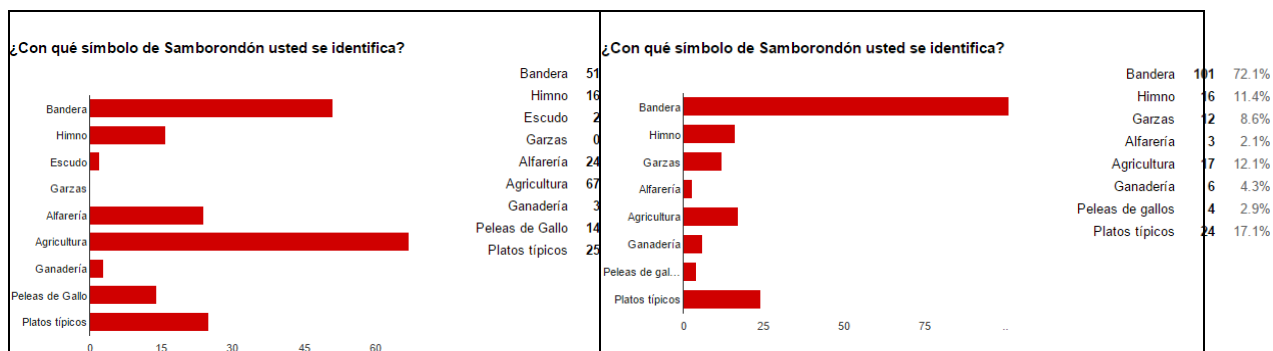
Descripción de análisis:

El 80% de los encuestados si recomendaría visitar a Samborondón mientras que el 20% piensa lo contrario.

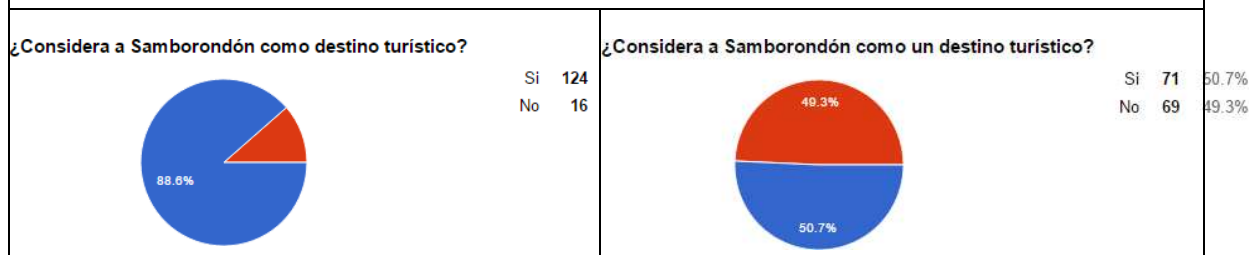
Análisis general comparativo de los dos grupos encuestados

Las siguientes preguntas escogidas resultaron darnos mayor información según al objetivo expuesto en la investigación. Se presentarán ambos gráficos de los encuestados para poder correlacionar la información obtenida.

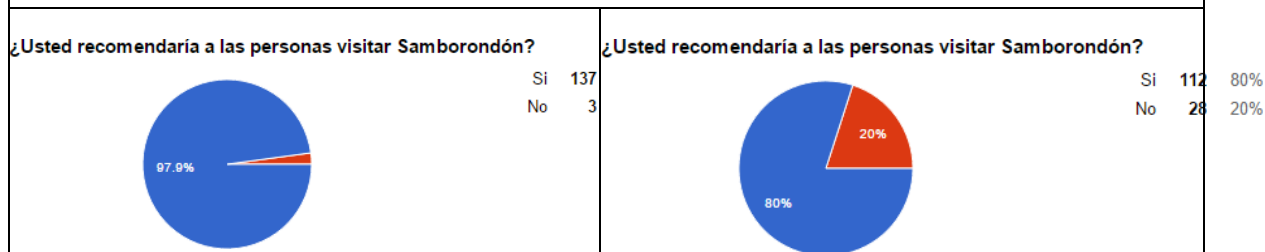
Encuestados Cabecera Cantonal	Encuestados Avenida de Samborondón
<p>¿Usted considera la Avenida Samborondón parte del Cantón Samborondón?</p> <div><div><div></div><div></div><div></div></div><div><div>Si</div><div>131</div><div>93.8%</div><div>No</div><div>9</div><div>6.2%</div></div></div>	<p>¿Considera usted la Avenida Samborondón parte del Cantón Samborondón?</p> <div><div><div></div><div></div><div></div></div><div><div>Si</div><div>102</div><div>72.9%</div><div>No</div><div>38</div><div>27.1%</div></div></div>
<p>La información obtenida de las encuestas indica que la mayoría de los individuos coincide en que si se considera a la Avenida de Samborondón como parte del Cantón Samborondón.</p>	
<p>¿Qué símbolos reconoce sobre Samborondón?</p> <div><div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div></div>	



La información obtenida de las encuestas indica una discrepancia, los encuestados de la Cabecera Cantonal indican que se identifican mayoritariamente con la agricultura, mientras que los encuestados de la Avenida Samborondón se identifican con la bandera. Los encuestados de Cabecera Cantonal tienen una identificación nula con las Garzas, la respuesta del otro grupo de encuestados también es mínima en identificación con las Garzas, imagen actual del Municipio de Samborondón.



La información obtenida de los encuestados indica una discrepancia, los encuestados de Cabecera Cantonal si consideran mayoritariamente a Samborondón como destino turístico, mientras que los encuestados de Samborondón tienen resultados equitativos en considerar o no a Samborondón como destino turístico.



La información obtenida de los encuestados indican que ambos grupos coinciden en que si recomendarían a las personas visitar Samborondón.

5.

CONCLUSIÓN

Según el análisis del tema planteado se esperaba conocer de qué forma las personas del Cantón Samborondón se identifican con el lugar para crear una marca cantonal que permita explotar la zona como un lugar turístico. Se consideró la opinión de los habitantes del cantón ya que el marketing boca a boca que estos puedan generar de la marca como una opción turística es una de las estrategias de comunicación más importantes en la promoción de un área como destino turístico.

Como se lo mencionó en el planteamiento del problema el área de turismo de Samborondón ha promovido varios íconos como las garzas, platos típicos, pelea de gallos, etc. con el fin de generar mayor concurrencia a este lugar, sin embargo, no se aprecia una marca cantonal que identifique el lugar y a su vez promueva la zona como un destino para realizar turismo debido a que se observa que no existe una buena identificación con las garzas ni los gallos.

Al analizar los datos que se obtuvieron de la investigación se concluye que existe una gran diferencia de símbolos que identifican a las diferentes zonas del Cantón Samborondón. Actualmente los habitantes de la avenida Samborondón se identifican con los símbolos patrios como la bandera mientras que el resto de los habitantes del cantón lo hacen con la agricultura, los sombreros de paja toquilla y los platos típicos.

Se concluye que es importante que para la promoción del turismo del Cantón Samborondón se resalten los colores de la bandera, arrozales, sombreros y comidas que este hermoso cantón ofrece.

6.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y PRESUPUESTO DE INVERSION

Actividades	Duración por semanas					
	1	2	3	4	5	6
Definición de objetivo de investigación						
Investigación y redacción de Marco Teórico						
Recolección de fuentes primarias y secundarias						
Redacción de informe final						

Detalle del presupuesto total			
Rubros		Fuentes y usos	Total
		Recursos Propios	
1	Viajes	\$10,00	\$10,00
2	Copias	\$5,00	\$5,00
3	Materiales de oficina	\$3,00	\$3,00
Total		\$18,00	\$18,00

7. REFERENCIAS

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson.

Ludeña Rodríguez, Y. J. (2000). *Escuela Superior Politécnica del Litoral*.

Recuperado el 14 de Agosto de 2015, de Análisis Estadístico del Sistema de Recolección y Transporte de aguas servidas de una Cabecera Cantonal de la Provincia del Guayas: el caso Samborondón: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/4133/1/6661.pdf>

Municipio de Samborondón. (s.f.). *Samborondón*. Obtenido de HISTORIA: <http://www.samborondon.gob.ec/index.php/bonus-pages/services-2>

Prefectura del Guayas. (s.f.). *Prefectura del Guayas*. Obtenido de Samborondón: <http://www.guayas.gob.ec/cantones/samborondon>

Sutton, O. (15 de Noviembre de 2013). *REVISTA BIBLIOGRÁFICA DE GEOGRAFÍA Y CIENCIAS SOCIALES*. Obtenido de BARCELONA Y EL CITY BRANDING: LA CIUDAD COMO UNA CORPORACIÓN:

<http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1049/b3w-1049-17.htm>

8. INFORMACIÓN ADICIONAL.

Como información adicional relevante que gracias a los comentarios de las personas encuestadas descubrimos podemos determinar que:

En la cabecera cantonal de Samborondón, las personas que no creen que la Av. Samborondón es parte del cantón es debido a la distancia que hay entre estos dos, el trayecto es de aproximadamente 45 minutos y cuenta con el cruce de un peaje en el cual hay que ingresar para dirigirse a la cabecera cantonal, estos consideran que son dos lugares totalmente diferentes debido a que se dedican a cosas diferentes y casi nunca interactúan entre sí.

La mayoría de personas que viven en la Av. Samborondón nacieron en la ciudad de Guayaquil, y debido a que están tan arraigados a los símbolos de esta ciudad ya sea por identificación propia o por información pasada generación a generación, esto impide que puedan sentirse involucrados con los símbolos de este cantón.

Gracias a la observación que realizamos a los habitantes en la cabecera cantona pudimos percibir el modo en que estas personas viven y como conviven como comunidad. La mayoría de las personas nacieron en el cantón, son muy allegados a sus vecinos y a las personas que residen en el lugar, han podido ver el progreso del cantón gracias a las acciones del Prefecto, se sienten muy orgullosos de su trabajo como agricultores, dicen tener “el mejor arroz” y de que este lugar sea muy tranquilo y no haya delincuencia. Creen que tienen mucho que ofrecer a los turistas.

En contraste con la observación a los habitantes de la Av. Samborondón, su forma de vivir es muy distinta, aquí se dedican al comercio, los lugares de trabajo están divididos entre la Av. Samborondón, la ciudad de Guayaquil y Durán. Existen lujosos edificios y centros comerciales. Sus ingresos económicos son mayores. Existe delincuencia. No hay sentido de comunidad.