

TURISMO EN EL CANTÓN MORONA Y MEJORAS IMPLEMENTADAS CON TECNOLOGÍA DE SOFTWARE LIBRE

TOURISM AT MORONA CANTON AND IMPLEMENTED IMPROVEMENTS WITH FREE SOFTWARE TECHNOLOGY

Juan Solorzano¹; Linda Aguilar²; Galuth García³

*¹Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Extensión Morona Santiago,
juan.s.avila.2014@gmail.com*

²Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Extensión Morona Santiago, laguilar@esPOCH.edu.ec

*³Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Extensión Morona Santiago,
galuth.garcia@esPOCH.edu.ec*

Resumen. *El Ecuador al igual que muchos países del mundo está pasando por un proceso de cambio en su matriz productiva, en nuestro caso el mismo gobierno ha implementado medidas para generar este cambio, es así que hoy en día se están fortaleciendo otras alternativas como la industria de producción y turística. . Este artículo muestra una pequeña visión sobre lo que opinan sobre el turismo; en 40 encuestas dirigidas a los servidores turísticos y otras 43 entre los habitantes del cantón Morona. El estudio está enfocado al desarrollo de tecnología de software libre, que ayude a potenciar el sector turístico en base al criterio de quienes están directamente involucrados en el tema, utilizando una aplicación web que permite localizar los eventos y lugares turísticos con mayor relevancia.*

Palabras clave: *Turismo en Morona, Aplicación Web, Eventos*

Abstract. *Ecuador is the same as many countries in the world, this is a process of change in its productive matrix, in our case, the government has implemented to generate this change, that is how, today, in the day, they are strengthening other alternatives such as production and tourism industries.*

Recibido: 31 de julio de 2019

Aceptado: 27 de septiembre de 2019

Publicado como artículo científico en Revista de Investigación Talentos VI (2), 36-45

This article shows a small vision about what they say about tourism; accross 40 surveys directed to the touristic servers and another 43 among the inhabitants of the Morona canton. The studio is focused on development of free software technology, that helps boost the tourism sector based on the criteria of those involved in the issue, using a web application to locate events and tourist places with greater relevance.

Palabras clave: *Tourism in Morona, Web Application, Events.*

I. INTRODUCCIÓN

Dado el aumento en la población turística en el Ecuador gracias las campañas publicitarias generadas por el gobierno central y sobre todo por nuestra riqueza turística; se ha realizado un estudio para conocer mejor el sector a través del departamento de turismo del GAD Municipal; implementando una encuesta que apoye la toma de decisión sobre este ámbito, para el propósito de desarrollo de un sistema basado en Python ya que según Balderas “en los próximos años, una parte muy importante de las operaciones comerciales de una organización, será soportada por aplicaciones móviles confiables y seguras”. (Alberto Balderas, 2014) Se están generando cada vez más emprendimientos en el Ecuador: “En 2017 se observa un ligero incremento de emprendedores urbanos, lo mismo ocurre para aquellos motivados por la oportunidad de mejora en relación al año pasado, comportamiento que se ha mantenido desde 2015” (GEM Ecuador, 2017). La tendencia a generar más emprendimientos en el país toma

un enfoque tecnológico en este caso, aplicado al ámbito turístico con la creación de una app web titulada “mape” (de la unión de dos conceptos: mapa y eventos).

II. MATERIALES Y MÉTODOS

Área de estudio

Los servidores turísticos que se han tomado en cuenta para la encuesta provienen de los registros de la Unidad de Turismo del Gobierno Municipal del Cantón Morona ubicada en la ciudad de Macas-Morona Santiago, provincia de la región amazónica del Ecuador. Se han considerado a todos los habitantes mayores de 13 años para las encuestas a los turistas locales y visitantes quienes estarían habilitados para el uso de una aplicación web.

Macas, provincia de Morona Santiago, es reconocida por su cultura Macabea, gastronomía, deportes extremos y eventos en las festividades nacionales y locales, esto se traduce en actividades para los turistas,

eventos en los que encontramos algo de interés y que tienen un tiempo y una ubicación en el espacio, por lo cual; es la perspectiva en la que se desarrolla la solución a implementar para la mejoría del servicio a los turistas y herramientas para los servidores turísticos y comerciantes. En consecuencia, de los resultados obtenidos en las encuestas; se determina la necesidad de informar de manera práctica sobre lugares turísticos y actividades en el cantón.

Algunas de las principales herramientas para difundir información sobre eventos en Morona son: “perifoneo” (difusión por medio de un vehículo con grandes parlantes de audio), pancartas pegadas en todas partes de la ciudad, difusión en redes sociales, radio y canales de televisión locales, letreros guía para direccionar a los visitantes de un sitio turístico. Por otra parte, las entidades públicas han realizado grandes inversiones en la creación física y virtual de guías turísticas tales como: mapas portables gratuitos, letreros de mapas en sitios estratégicos de la ciudad, creación y remodelación de parques.

Obtención de la información

El GAD Municipal del Cantón morona ha colaborado con la información referente a la población de servidores turísticos y sus

principales actividades de lo cual se elaboró una base de datos, una vez escogidos aleatoriamente se procedió a realizar la encuesta dirigida hacia ellos, en algunos casos se tuvieron que reemplazar los encuestados por su ausencia ya que no se cuenta con información actualizada de todos los servidores turísticos. En el caso de las encuestas a los turistas o potenciales usuarios de una aplicación, se realizó un trabajo de campo con encuestas personales siempre que cumplan algunos requisitos básicos.

Variables de estudio e indicadores

La apreciación de la gente califica al turismo en la zona y nos da una visión sobre la realidad que se vive, es decir las necesidades vistas desde las dos fuentes principales: los servidores turísticos y los consumidores. En medio de esto existen los medios por los cuales se logra realizar el turismo, tales como medios de pago, transportes, difusión de información, reglamentos y normas, y entre otros aspectos no se estudian directamente, sino que forman parte de los medios por los cuales se puede facilitar una mejor difusión de información útil para los turistas, comerciantes y consumidores.

Tratamiento y análisis de información

Una vez fijado las necesidades para la encuesta, se optó por el muestreo probabilístico tomando en cuenta varios parámetros: el error muestral, el nivel de confianza y la varianza poblacional.

Encuesta Servidores Turísticos: Para la encuesta de los servidores turísticos se ha considerado un nivel de confianza (Z) de 91% y para la probabilidad de éxito (p) se ha predeterminado el valor de 50% de probabilidad de éxito ya que no se desconoce la proporción esperada.

Encuesta a Usuarios: En el caso de los consumidores potenciales del servicio Mape son tomados de la población de redes sociales y parte urbana. El *nivel de confianza* utilizado es de 95% pero en la probabilidad de éxito (p) se ha determinado el valor de 80% para el peor de los casos, esto debido a que 9 de 10 personas respondieron positivamente a la siguiente pregunta piloto:

¿Cree que la provincia tiene riquezas turísticas?

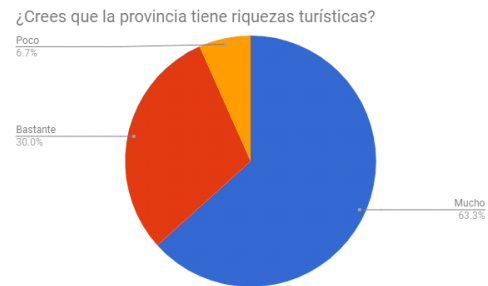


Fig. 1. Usuarios_Pregunta_Piloto

Como se conoce el tamaño de la población se utilizó la siguiente ecuación:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Ecuación 1. Fórmula del Muestreo

En donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo de la población

Z= Nivel de confianza

p= Probabilidad de Éxito

q= Probabilidad de Fracaso

d=precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Nos queda la siguiente tabla de valores para la ecuación:

TABLA I: TABLA DE VALORES PARA DETERMINAR TAMAÑO DE POBLACIÓN MUESTRAL

Tamaño de la muestra para encuestas a:		
	Servidores Turísticos	Consumidores
N	179	18.984
Za	1,4	1,65
p	0,5	0,8
q	0,5	0,2
d	0,1	0,1
Tamaño de la muestra (n)	38,63	43,46

Fuente: Información muestral

Según el INEC, la población urbana de Macas es de 18.984 personas. CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA (CPV-2010)

Posteriormente se realizaron las encuestas recolectando respuestas automáticamente a través de internet, y se realizó un trabajo de campo en donde se recolectaron las respuestas directamente con el encuestado para lo cual se ha requerido un proceso de tabulación de resultados.

III. RESULTADOS

Pregunta N° 1:



Fig.2. Usuarios_Pregunta_1

Realizado por: Juan Solórzano

Interpretación: El 55,3% de los encuestados señala conocer entre *algunos* y *muchos* lugares para visitar, lo que representa casi la mitad de las personas que solo saben de *pocos* lugares.

Pregunta N°2:

¿Cómo fomentaría usted el turismo en Macas?

Se obtuvieron muchas respuestas con soluciones interesantes y variadas, pero no es favorable señalar todas, por lo cual se ha determinado los principales tópicos (temas referentes) en los que coinciden la mayoría de las respuestas:

Difusión de información

Mejora en la atención al cliente

Impulsando el arte

Creación de sitios turísticos

Mejora en la gestión

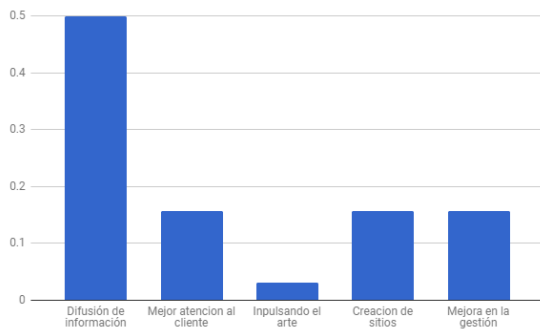


Fig.3. Usuarios_Pregunta_2

Realizado por: Juan Solórzano

Interpretación: La gran mayoría propone alternativas para la difusión de información con un 50%, mientras que el 15% empata en segundo lugar con tres de los tópicos, dejando al final con un 3% para alternativas relacionadas al arte.

Pregunta N°3:

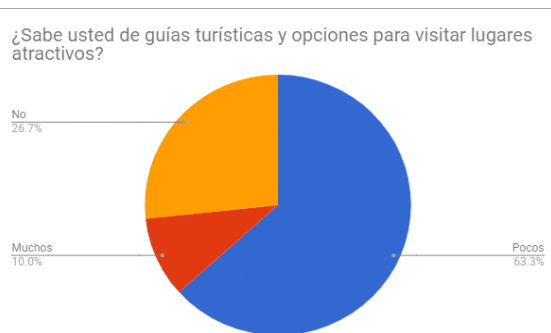


Fig.4. Usuarios_Pregunta_3

Realizado por: Juan Solórzano

Interpretación: Sólo uno de cada diez encuestados sabe de dónde obtener información turística, la gran mayoría de las personas desconoce de una guía turística, esto sin considerar la eficiencia de las guías disponibles.

Pregunta N°4:

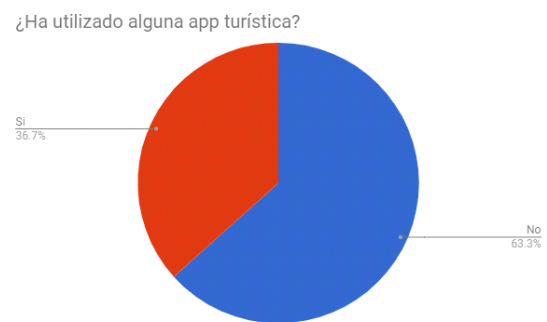


Fig.5. Usuarios_Pregunta_4

Realizado por: Juan Solórzano

Interpretación: El 63,3% que representa una gran mayoría; dos terceras partes de la población de encuestados que no ha consultado de una aplicación turística.

Pregunta N°5:

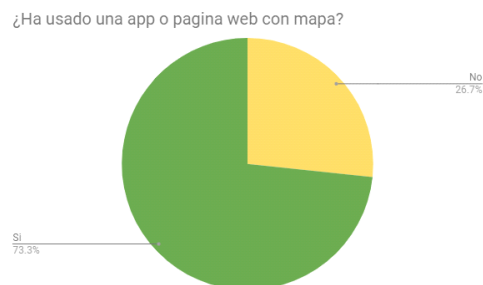


Fig.6. Usuarios_Pregunta_5

Realizado por: Juan Solórzano

Interpretación: El 73,3% de los encuestados ha utilizado alguna vez un mapa a través de un dispositivo. Existe gran población de personas que ha hecho uso de un mapa desde una página web o app sin embargo la pregunta anterior revela que el usuario no encontró utilidad en el ámbito turístico (a pesar de ser un mapa), se podría especular que la ubicación tiene mucha relación (no existen marcas cercanas).

Encuesta a servidores turísticos

Pregunta N°1:

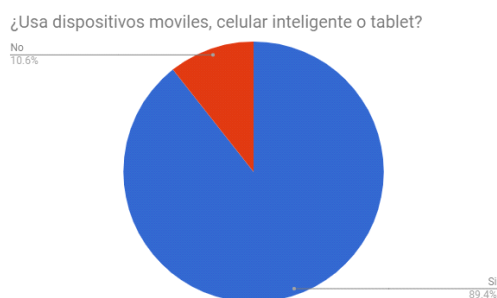


Fig.7. Servidores_Pregunta_1
Realizado por: Juan Solórzano

Interpretación: Uno de cada diez personas encuestadas en la zona urbana usa un dispositivo móvil. Este resultado confirma el gran apogeo de los teléfonos inteligentes y sobre todo nos indica que hay una plataforma física de gran usabilidad.

Pregunta N°2:

¿Cómo fomentaría usted el turismo en Macas?

De igual manera se han determinado los principales tópicos a los que hacen referencia los encuestados:

- Difusión de información
- Mejora en la atención al cliente
- Creación de sitios turísticos
- Mejora en la gestión

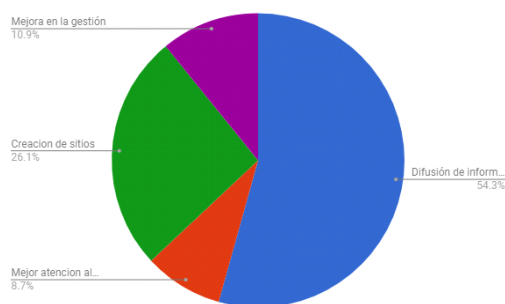


Fig.8. Servidores_Pregunta_2
Realizado por: Juan Solórzano

Interpretación: De igual forma que en la encuesta para consumidores, la gran mayoría expresa la necesidad de difusión de información turística de forma eficiente en Macas o el cantón Morona.

Pregunta N°3:



Fig.3. Servidores_Pregunta_3

Realizado por: Juan Solórzano

Interpretación: Las cifras difieren a las que se pueden encontrar como resultado de la anterior encuesta para los consumidores, en la que casi la mitad de los encuestados desconocen de muchos lugares turísticos, en cambio aquí el 33% sabe de muchos lugares, esto puede deberse a la diferencia de edades, sin embargo, las cifras son bajas para un cantón con mucho potencial turístico.

Pregunta N°4:



Fig.9. Servidores_Pregunta_4

Realizado por: Juan Solórzano

Interpretación: La mayoría de las selecciones de los calificativos con 46,8% + 6,4% + 12,8% son negativos para el turismo,

lo cual refleja una discordancia con los resultados para la pregunta anterior y con la creencia de el cantón es rico en el ámbito turístico; la gente reconoce los potenciales turísticos pero existe uno o varios factores que impide que aflore.

Pregunta N°5:

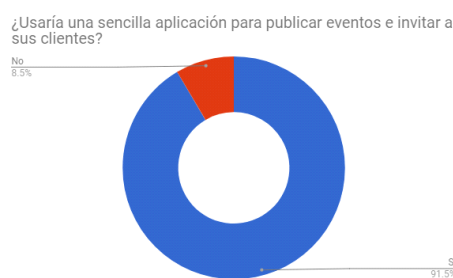


Fig.10. Servidores_Pregunta_5

Realizado por: Juan Solórzano

Interpretación: Definitivamente la gran mayoría de los servidores turísticos están interesados en el uso de una aplicación para promocionar eventos.

Pregunta N°6:

¿Qué desearías saber de un evento?

Se determinaron las siguientes características de un evento según lo que desearía conocer el usuario.

Dirección

Nombre del sitio

Precio

Hora

Fecha

Duración

Fotos

Otros: *Clima, Promociones, Cronograma de Actividades, Sobre que trata el evento, Transporte.*

IV. CONCLUSIONES

Con respecto a los turistas:

El 94% de las personas reconocen que tienen mucho o bastante potencial turístico.

A pesar del dato anterior; el 44,7% representa la casi la mitad de encuestados que desconocen de sus atractivos turísticos.

Una de las principales necesidades expuesta por los encuestados es la falta de difusión de información por cualquier medio.

Una tercera parte de la muestra poblacional nunca ha utilizado una aplicación para hacer turismo, sin embargo el 73,3% ha usado un mapa mediante una página web o app; lo que indica que la mayoría de esos mapas no ha servido al ámbito turístico en el cantón morona.

Respecto a los servidores turísticos:

La mayoría de los representantes con un 89% de los sitios turísticos tienen disponible un teléfono inteligente que podría apoyar su gestión.

Se restablece una cifra alarmante para el tema de difusión de información en el ámbito turístico con un 54% de recurrencia sobre entre las respuestas a soluciones para fomentar el turismo en el cantón Morona.

La población conoce buenos lugares entre “Pocos” para 23,3%, el 76,6% conoce entre “muchos” y “algunos”.

En total 56% de los encuestados califica al turismo en el cantón como “malo”, “regular” y “pésimo”. Existe un gran vacío en la oportunidad de mejora para las riquezas turísticas del cantón que aún no se ha concretado.

9 de cada 10 (91,5%) servidores turísticos está interesado en promocionar sus eventos a través de una sencilla aplicación web.

Como resultado y en respuesta a la encuesta se ha desarrollado el mapa de eventos mape: la aplicación web gratuita alojada en mape.live, enfocada en la promoción de eventos sociales y localidades turísticamente relevantes.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

TORRES, Mariela; KARIM, Paz A. “Tamaño de una Muestra para una Investigación de Mercado”. Boletín Electrónico, No. 02. (s.f.). (Guatemala) pp.11.

Johnson, Robert; & Kuby, Patricia, Estadística Elemental, lo esencial. 3ª ed. Av Santa Fe núm 505, piso 21, Col, Cruz Manca, Santa Fe. CP 05349, D.F. México. pp.509

Base de Datos-Censo de Población y Vivienda 2010, Instituto Nacional de Estadística y Censos [consulta: 29 de noviembre del 2018], disponible en: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda-2010/>