



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y PLANEAMIENTO
EDUCATIVO
MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA COMERCIAL

**RUTA HIPERMEDIA PARA EL FOMENTO DE LOS RECURSOS
TURÍSTICOS EMBLEMÁTICOS PRESENTES EN EL MUNICIPIO
MONTALBÁN ESTADO CARABOBO.**

Autores:
Francys Granadillo
Johan Matute

Tutora: Arelis Marcano

Bárbula, julio 2015



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y PLANEAMIENTO
EDUCATIVO
MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA COMERCIAL

**RUTA HIPERMEDIA PARA EL FOMENTO DE LOS RECURSOS
TURÍSTICOS EMBLEMÁTICOS PRESENTES EN EL MUNICIPIO
MONTALBÁN ESTADO CARABOBO.**

TRABAJO ESPECIAL DE GRADO PRESENTADO AL DEPARTAMENTO DE
ADMINISTRACIÓN Y PLANEAMIENTO EDUCATIVO PARA OPTAR AL TÍTULO
DE LICENCIADOS EN EDUCACIÓN, MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO
SUB-ÁREA COMERCIAL

Autores:
Francys Granadillo
Johan Matute
Tutora: Arelis Marcano

Bárbula, Julio 2015

DEDICATORIA

Este trabajo especial de grado, que constituye la culminación de uno de los grandes sueños y aspiraciones de quienes desde siempre han sabido inculcar el más aferrado empeño y motivación al logro en mí, no puede sino estar dedicado a:

Primeramente a DIOS

Por brindarme la fortaleza de seguir cada día en el transcurso de esta meta trazada.

A mi querida madre ANA SANTANA

Por estar ahí cada día apoyándome y brindándome su amor incondicional desde el inicio de estos largos cinco años.

A mis hermanos Eliana Pedroza y David Pedroza

Por su ayuda y apoyo en esta meta propuesta.

A Uds. dedico la realización de esta primera misión; éste es sólo mi primer triunfo, así que espero estén dispuestos a seguir en pie de lucha durante muchísimos proyectos más.

Francys Granadillo

A Dios

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

Por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis Padres Eliza y Johnny

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien.

Por sus ejemplos de perseverancia y constancia y que me han infundado siempre, por sus valores mostrados para salir adelante y por su amor.

A mi hermano Martin

Para que veas en mí un ejemplo a seguir.

A ti Daniel

Por tu paciencia y comprensión, por dedicar tu tiempo y estar siempre allí apoyándome y ayudándome en cada momento.

Por tu bondad y sacrificio me inspiraste a ser mejor persona, ahora puedo decir que esta tesis lleva mucho de ti, gracias.

A mi abuela Gloria

Aunque no estés entre nosotros físicamente, sé que desde el cielo nos cuidas y nos proteges, por haber sido la mejor abuela, a ti también te dedico con todo el amor esta tesis.

“Gracias a esas personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron listas para brindarme toda su ayuda, ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han otorgado. Con todo mi cariño está tesis se las dedico a ustedes” Johan Matute

AGRADECIMIENTO

A DIOS

Por permitirme vivir cada uno de los días en los que estuve forjando ésta gran meta.

A mi madre ANA SANTANA

A esta hermosa mujer que le debo todo lo que soy, gracias a ella estoy a solo un paso de cumplir éste objetivo que comenzó hace cinco años, te agradezco por apoyarme en cada momento y enseñarme que nunca se debe persistir de lo que en realidad quieres además, por alentarme a seguir cada día.

A mis hermanos Eliana Pedroza y David Pedroza

Les agradezco por estar presente todo este tiempo con sus locuras, apoyándome siempre.

A la Lic. Arelis Marcano

Nuestra tutora académica, por brindarnos sus conocimientos y guiarnos durante el desarrollo de nuestro trabajo especial de grado.

A mi compañero de tesis Johan

Por darme la serenidad en aquellos momentos en los que reinaba el estrés y por aguantar mis enojos además, de hacerme reír y apoyarme en estos años de nuestra carrera.

A todos aquellos que, de una forma u otra, aportaron su granito de arena para la consolidación de este proyecto.

Francys Granadillo

A Dios

Por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente.

A mis padres Eliza y Johnny

Por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me apoyaron. Gracias a ustedes hoy en día soy lo que soy. Gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto se los debo a ustedes.

A Daniel

Por brindarme siempre tú apoyo incondicional en el transcurso de mi carrera y a lo largo de mi vida. Por compartir momentos de alegría, tristeza y demostrarme que siempre podré contar contigo. Gracias por siempre estar allí.

A mis amigos

Mil gracias por todos esos buenos momentos por estar siempre en las buenas y malas. Gracias por su apoyo.

A Francys

Por darme tú amistad desde el primer día que nos conocimos. Gracias por darme la oportunidad de ser tu compañero de tesis. Gracias a tu apoyo y motivación.

Entre risas, bromas y enojos hemos culminado la carrera y este gran proyecto. Gracias.

A mis tutores

Los doctores Arelis Marcano y Tulio Cordero. Gracias por su paciencia, dedicación, motivación, criterio y aliento. Han hecho fácil lo difícil. Ha sido un privilegio poder contar con su guía y ayuda.

“A todos ustedes, mi mayor reconocimiento y gratitud” *Johan Matute*

ÍNDICE

Dedicatoria.....	i
Agradecimiento.....	iii
Índice General.....	v
Resumen.....	ix
Introducción.....	1
CAPÍTULO I	
Planteamiento del problema.....	3
Objetivos de la investigación.....	7
Objetivo general.....	7
Objetivo específico.....	7
Justificación de la investigación.....	7
CAPÍTULO II	
Marco teórico o referencial	
Antecedentes de la investigación.....	9
Bases teóricas	
Turismo.....	11
Ruta.....	11
Ruta turística.....	12
Identificación del objetivo de la ruta turística.....	12
Ventajas de las rutas turísticas.....	13
Posición de la ruta en la cadena de producción turística.....	13
Las rutas como recurso turístico.....	13
Las rutas como producto turístico.....	14
Fases para la creación de rutas turísticas.....	14
Análisis de las bases territoriales turísticas como requisito previo.....	14
Definición de los objetivos.....	15
Organización del producto de las rutas turísticas.....	15
Inventario y jerarquización de recursos.....	16
Recursos turísticos.....	16
Clasificación de los recursos turísticos.....	17

Tecnologías de información y comunicación.....	18
Características.....	18
La hipermedia.....	23
Algunas de las ventajas de la hipermedia.....	24
Elementos de la hipermedia.....	24
Tipos de hipermedia.....	27
Ruta turística hipermedia.....	27
Características.....	28
Funciones.....	28
Ventajas.....	29
Conociendo a Montalbán.....	29
Bases psicológicas	
Motivación humana.....	33
Jerarquía de necesidades.....	34
Necesidades fisiológicas.....	34
Necesidades de seguridad.....	34
Necesidades de amor, afecto y pertenencia.....	34
Necesidades de estima.....	35
Necesidades de auto-realización.....	35
Características generales de la teoría de Maslow.....	35
Motivación turística.....	36
Bases legales	
Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Art. 110.....	37
La Ley Orgánica De Ciencia Y Tecnología E Innovación. Art. N°1.....	38
Decreto N° 825.....	38
Decreto con rango, valor y fuerza de ley orgánica de turismo.....	39
Ley Orgánica de Turismo.....	40
Instituto Nacional de Turismo (INATUR).....	40
Bases sociales	
Difusión de innovaciones.....	41
El proceso de difusión.....	41

El proceso de decisión.....	42
La sociología de la educación.....	43
Características de la sociología de la educación.....	43
Funciones de la educación en ámbitos sociales.....	43
Bases filosóficas	
Filosofía de la tecnología.....	44
Ramas filosóficas de la tecnología.....	45
Tabla de especificaciones.....	48
CAPÍTULO III	
MARCO METODOLÓGICO	
Enfoque de la investigación.....	51
Tipo de investigación.....	51
Diseño de la investigación.....	52
Población.....	52
Muestra.....	53
Técnica de recolección de datos.....	54
Instrumento de recolección de datos.....	54
Validez del instrumento.....	54
Confiabilidad del instrumento.....	55
Análisis e interpretación de datos.....	56
Tabulación de Datos.....	56
Forma de Presentación de Datos.....	56
Técnica de Análisis.....	56
CAPÍTULO IV	
Análisis e interpretación de datos.....	57
Conclusiones.....	83
Diseño de la propuesta.....	85
Introducción.....	85
Objetivo general.....	85
Descripción de la situación actual.....	86
Justificación.....	86

Propósito.....	87
Características de la Ruta Turística Hipermedia.....	87
Funciones de la Ruta Turística Hipermedia.....	87
Ventajas de la Ruta Turística Hipermedia.....	88
Componentes de la Ruta Turística Hipermedia.....	88
Descripción del manejo de la ruta turística hipermedia.....	89
Recomendaciones.....	90
Referencias bibliográficas.....	91
Anexos.....	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N. 01.....	48
Tabla N. 02.....	58
Tabla N. 03.....	60
Tabla N. 04.....	62
Tabla N. 05.....	65
Tabla N. 06.....	68
Tabla N. 07.....	70
Tabla N. 08.....	72
Tabla N. 09.....	74
Tabla N. 10.....	76
Tabla N. 11.....	79
Tabla N. 12.....	81

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N. 01.....	58
Gráfico N. 02.....	60
Gráfico N. 03.....	62
Gráfico N. 04.....	65
Gráfico N. 05.....	68
Gráfico N. 06.....	70
Gráfico N. 07.....	72
Gráfico N. 08.....	74
Gráfico N. 09.....	76
Gráfico N. 10.....	79
Gráfico N. 11.....	81



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE EDUCACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y PLANEAMIENTO
EDUCATIVO
MENCIÓN EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO SUB-ÁREA COMERCIAL



RESUMEN

**RUTA HIPERMEDIA PARA EL FOMENTO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS
EMBLEMÁTICOS PRESENTES EN EL MUNICIPIO MONTALBÁN ESTADO
CARABOBO**

Autores:
Francys Granadillo
Johan Matute
Tutora: Arelis Marcano
Julio, 2015

El presente estudio, se llevó a cabo debido al desconocimiento de la historia de los recursos turísticos del Municipio Montalbán por lo que, tiene como objetivo proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo. Se fundamenta en las teorías de la motivación de Maslow y las tecnologías de información y comunicación. El enfoque de investigación es proyecto factible. Con diseño de campo. La muestra es de tipo no probabilístico discrecional quedando constituida por 40 personas. El instrumento de recolección de datos es un cuestionario constituido por 34 preguntas dicotómicas. La validez del instrumento fue a través de juicios de expertos. La confiabilidad del instrumento se obtuvo a través de la fórmula estadística de Kuder Richardson resultando en 0,95 lo cual, se considera alta. El análisis e interpretación de los resultados se presentó por medio de tablas de frecuencia y gráficos de columnas agrupadas. Se logró evidenciar el desconocimiento de los habitantes sobre gran parte de los recursos además, de la futura aceptación de la herramienta. La propuesta se basó en el diseño de la ruta turística hipermedia a través del programa MovieMaker con características audio-visuales, en la que se puede escuchar la narración de la historia mientras que se observan imágenes sobre los recursos turísticos identificados en la entidad. A través de la propuesta se busca presentar una solución a la problemática existente en la zona y de esta manera elevar el nivel de conocimientos en los habitantes.

Palabras claves: Ruta turística, hipermedia, recursos turísticos.

Línea de investigación: Formación docente y praxis profesional.

Temática: Tecnología, información y comunicación (TIC) aplicados al área de educación para el trabajo.

Sub-temática: Diseño de material interactivo.

INTRODUCCIÓN

Gracias a la informática se pueden utilizar herramientas para la difusión, transmisión y divulgación de diversos tipos de informaciones, tal es el caso de la Ruta Turística Hipermedia que es un recurso de aprendizaje que mediante un programa de software, busca que el usuario construya conocimientos a partir de la tecnología y el aprendizaje dinámico.

La ruta turística hipermedia se desarrolla en un entorno interactivo, que permite transmitir conocimientos al usuario de una manera fácil y dinámica que a su vez sirve como medio para rescatar y fomentar aquéllos sitios emblemáticos que hoy se encuentran en total desconocimiento. Teniendo en cuenta, que la identidad de los pueblos es el factor clave para el éxito del turismo rural, es necesario rescatar y reconstruir la identidad cultural empezando por las parroquias, pueblos y caseríos, es por ello que en la presente investigación se busca fomentar a través de la ruta turística hipermedia cada uno de los sitios emblemáticos del municipio Montalbán.

Las ideas analizadas anteriormente dejan en evidencia la importancia de la realización de este estudio, no obstante, es necesario presentara manera de descripción, el cuerpo del trabajo.

El capítulo I está referido el planteamiento del problema, en el que se delimitan las causas, consecuencias y una posible salida que minimice la problemática existente en el municipio Montalbán seguidamente de los objetivos de la investigación desde el enfoque general y específico para plantear las posibles soluciones que permitan resolver el inconveniente además, de la justificación del estudio en la cual, se presenta los razonamientos teóricos, metodológicos y prácticos bien sustentados los cuales presentan la conveniencia de la realización de la investigación.

Así mismo, el capítulo II está integrado por los antecedentes de la investigación que son todas aquellas tesis de grado que están relacionadas con el objeto de estudio, teorías que

sustentan el estudio, bases legales, bases psicológicas, bases sociales y bases filosóficas que le dan apoyo al presente estudio.

Dentro de este mismo orden de ideas, el capítulo III corresponde al marco metodológico que es el procedimiento a seguir para alcanzar los objetivos propuestos, en éste se incluye el tipo de investigación, las técnicas y los procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación el cual, está constituido de la siguiente manera:

Enfoque de la investigación, tipo de la investigación, diseño de la investigación, población y muestra de estudio, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad y finalmente técnicas de análisis e interpretación de datos.

Se indica así mismo, el capítulo IV que corresponde al análisis e interpretación de datos en el que se procederá a desarrollar la tabulación y gráficas de cada uno de los ítems propuestos en el cuestionario para luego realizar la interpretación de cada una de las interrogantes.

Seguidamente, se exponen las conclusiones arrojadas del instrumento de recolección de datos.

Se indica así mismo, la propuesta realizada sobre la ruta turística hipermedia, con las indicaciones para su aplicación, propósito, justificación entre otras argumentaciones.

Por último, se encuentran las recomendaciones sobre la propuesta desarrollada además, de las referencias bibliográficas tomadas para la realización del presente estudio y los anexos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El hombre siempre ha tenido la inquietud de hacer y de adelantarse a su tiempo, para esto usa como instrumento elementos tecnológicos que le facilitan la adaptación al ambiente desde diferentes perspectivas, tal es el caso de la hipermedia que ayuda al usuario generando una reproducción de un tema o situación requerida desde diferentes sentidos, como la auditiva y la visual, para que éste interactúe y aprenda de algún ámbito en específico que desee.

También es cierto, que el ser humano requiere conocer y valorar los elementos que tiene en su entorno, su riqueza turística, cultural e histórica debido a que nos identifica o representa como personas ,y es aquí, cuando el hombre requiere utilizar los elementos tecnológicos como la hipermedia, para que se convierta en un recurso útil de difusión de nuevos conocimientos para la sociedad desde una experiencia diferente a la tradicional, que es la que comúnmente se aplica, una metodología conductista.

Con respecto a la riqueza turística, es necesario recalcar que es uno de los aspectos más importantes para el valor de un país, ya que constituye un agente social de cambio por excelencia y a través de esta actividad entran en contacto personas con diversos modos de vida, de pensamientos y creencias. Pero cuando los habitantes de una entidad desconocen sus propias raíces y atractivos culturales la proyección hacia otras personas se dificulta.

Sobre la base de la importancia del turismo para el valor del país, el estado venezolano ha decretado una serie de resoluciones a través del Ministerio del Poder Popular para la Cultura y Deporte, en las que se declaran Patrimonio Cultural, magnos monumentos, obras arquitectónicas, y demás valores tradicionales que merecen ser preservados.

Adicionalmente a esto, existen algunas instituciones que se encargan de rescatar, restaurar y conservar los bienes culturales e históricos de una localidad. Sin embargo, se olvidan de la necesidad de divulgar, dar a conocer y enseñar a apreciar dichos patrimonios para lograr una buena proyección hacia otras personas.

Tal es el caso de “El casco histórico de Coro” Declarado, Patrimonio de la Humanidad el 9 de diciembre de 1993 por la Unesco. El cual, mantiene características típicas de una ciudad de los siglos XVIII y XIX, con calles empedradas y adoquinadas con construcciones de estilo colonial. Se trata de un importante complejo urbano colonial, y el mayor conjunto de templos coloniales de Venezuela. Sin embargo, en 2005 se decretó emergencia patrimonial y ha sido incluida en la Lista del Patrimonio de la Humanidad en peligro, esto debido al descuido gubernamental además, de la poca identidad cultural por parte de los habitantes y de la falta de difusión sobre éste sitio, tan importante para la historia de nuestro país.

Otro de los casos es “La Flor de Venezuela” situada al este de la ciudad de Barquisimeto, una estructura inspirada en los tepuyes de la Gran Sabana y representa la flor nacional, la orquídea. Esta gran obra arquitectónica del reconocido Fruto Vivas se encuentra en un estado de deterioro notable quizás debido al mal uso de la misma y al poco sentido de pertenencia que prestan a este ícono y al igual que en la situación anterior existe poca difusión sobre su historia y belleza.

En este mismo orden de ideas, se puede mencionar a la “Plaza Venezuela” ubicada en el centro de la ciudad de Caracas, en la Parroquia El Recreo, donde se logra recorrer varios e importantes monumentos como por ejemplo el Monumento a Cristóbal Colón, que data del siglo XIX, obra de Manuel de la Cova y que conjuntamente con la plaza se encuentran en total abandono y que ha sufrido graves daños.

Lo anteriormente expuesto, deja en evidencia la presencia de una problemática basada en la carencia de información, falta de didáctica al momento de explicar la historia de estos recursos además, del poco fomento y del bajo sentido de pertenencia e identidad cultural sobre cada uno de los sitios anteriormente citados.

Aunado a las evidencias anteriores y en relación con las implicaciones objeto de estudio de la presente investigación, se manifiesta la problemática existente en el municipio Montalbán ubicado en el occidente del estado Carabobo el cual, cuenta con un gran atractivo cultural y turístico como lo es la Plaza Bolívar, antigua Plaza Mayor o de la Concepción ubicada en el sector centro del Municipio, un hermoso cotoperis plantado hace

más de 230 años, ha sido testigo del acontecer histórico-cultural de la entidad, frente al árbol emblemático, la Iglesia Matriz de estructura colonial, edificada entre los años 1767 y 1778, en un nicho abierto dentro de la iglesia se guarda la bella imagen de la Co-patrona Nuestra Señora de los Ángeles de Atocha- llamada con cariño la Virgen Negra –única réplica en Venezuela, viejas casas de estilo colonial como la casa el Nazareno, La casa de la Minería, Casa del General Ensebio Pinto, casa de la Alcaldía, parador turístico artesanal llamado El Portachuelo, una réplica de la Inmaculada Concepción que se encuentra en el parador antes nombrado, el cerro el Peñón, el parque de “Las Neveritas”, altiplanicie “La Mesa” , mirador natural “La Copa” además de los Estanques del Añil, todos presentes en esta comunidad pero, sobre los cuales no existe la suficiente difusión.

Llama la atención, que aunque existen diferentes recursos turísticos en el Municipio aún así, no se tenga la difusión necesaria para que las personas conozcan tanto la historia como el sitio físico. Las entidades encargadas de promocionar e informar a la comunidad sobre sus atractivos culturales, no realizan sus funciones de dictar buenas charlas ya que, las aplican pero desde una metodología tradicional en donde solo se escucha al ponente sin la utilización de recursos llamativos y nada dinámicos, es decir, no existe la dinamización del atractivo cultural, en donde no solo se vea la parte teórica en un espacio o tiempo determinado sino, que se cuente con una estrategia práctica, dinámica, atractiva e innovadora de la cual, se pueda aprender y a través de esta fomentar estos sitios turísticos emblemáticos y así lograr su preservación.

En relación al fomento de los recursos turísticos emblemáticos del municipio Montalbán estado Carabobo, surge la necesidad de emplear un recurso didáctico e innovador para difundir la información sobre estos lugares presentes en la entidad en cuestión, la cual representa el caso de estudio de esta investigación.

Al respecto, primeramente surge el requerimiento de la utilización de un recurso turístico que pueda utilizarse para difundir la historia de estos sitios anteriormente nombrados de manera didáctica, como lo es la ruta turística, que a través de ésta se logra dinamizar los lugares emblemáticos de la entidad presentándolos desde una perspectiva práctica con un rumbo concreto, el cual da sentido y fundamenta el recorrido de los lugares presentes en Montalbán.

Además de esto, se presenta la demanda de emplear un recurso que sea didáctico e igualmente innovador para difundir la información sobre los sitios turísticos emblemáticos, en este caso, surge la necesidad de la utilización de la hipermedia para fomentar estos lugares desde un contexto diferente al actualmente aplicado en la entidad. Esta técnica permite la unión de la tecnología en contextos visuales y auditivos incluyendo tanto el texto, audio, video, imágenes. Enlazando algunas de las diferentes percepciones por la cual el ser humano recibe la información.

A través de la unión de los recursos de ruta turística y la hipermedia que son tanto didácticos como innovadores, se logra dar la participación activa a los usuarios y a su vez, dinamizar la historia de los recursos además, de propiciar el fomento de estos lugares turísticos identificados en la entidad en cuestión, desde una praxis activa e innovadora, presentando así la posible solución de la problemática existente en el municipio Montalbán la cual, es objeto de estudio de la presente investigación, que en líneas generales, se basa principalmente en la falta de fomento, debido a la poca difusión e información sobre los sitios emblemáticos de la región que esto a su vez, trae como consecuencia desconocimiento, bajo sentido de pertenencia y preservación de estos lugares.

De lo anteriormente expuesto, surge la inquietud de proponer la creación de una ruta hipermedia sobre el municipio Montalbán estado Carabobo, con el fin de resaltar el atractivo de los lugares turísticos emblemáticos de la entidad fomentando el conocimiento sobre ellos, desde una perspectiva dinámica, práctica e innovadora.

De la argumentación que se viene plantando, surge la siguiente interrogante:

¿A través del recurso de la ruta hipermedia se puede fomentar los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

Objetivos específicos

- Identificar los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.
- Definir los aspectos conceptuales e históricos de los recursos turísticos emblemáticos identificados en el municipio Montalbán estado Carabobo.
- Emplear un instrumento de recolección de datos para conocer el nivel de conocimiento que tienen los habitantes del municipio sobre los recursos turísticos emblemáticos presentes en la entidad.
- Aplicar un instrumento de recolección de datos para conocer el nivel de conocimiento que tienen los habitantes del municipio sobre la hipermedia.
- Diseñar una ruta hipermedia para fomentar el conocimiento sobre los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

JUSTIFICACIÓN

Antes de entrar en consideración a la justificación de esta investigación, es relevante definir el significado de la misma lo cual para Hernández, Fernández y Batista (2010). Consiste en presentar los razonamientos teóricos, metodológicos, técnicos y prácticos bien sustentados en otros estudios y experiencias, los cuales indican la utilidad, relevancia, factibilidad y conveniencia que tiene la realización de la investigación.

Sobre la base de lo anteriormente expuesto, la presente investigación se abordará desde los horizontes social, turístico y metodológico los cuales, se argumentarán a continuación:

Dentro del conjunto social este estudio se puede justificar a través del fomento de conocimientos sobre los recursos turísticos emblemáticos de la entidad, debido a que el nivel de saberes, sentido de pertenencia y valoración en los habitantes de la comunidad son bajos y trae como resultado o consecuencia el descuido de estos lugares que son importantes para la cultura venezolana es por ésto, que se presenta la aplicación de la ruta turística hipermedia ya que, con esta herramienta se podrá instruir sobre los atractivos turísticos que posee el Municipio, explicando la importancia que tienen, la historia que posee y además de exponer su atractivo visual mediante fotos y videos logrando de esta manera, sensibilizar a su preservación tanto a los que conviven entre dichos atractivos como a los aledaños a la entidad.

Por otra parte, esta investigación en el ámbito turístico busca sensibilizar a la comunidad en cuanto a las diferentes oportunidades que tienen para posicionar a la entidad en cuestión, como un atractivo turístico no solo para ellos sino también, para los municipios aledaños con la implementación de la ruta turística hipermedia la cual, dinamiza esos recursos presentes en el municipio además, si existe la posterior utilización de la herramienta, podría llegar a ser un excelente medio de difusión sobre estos sitios ya que, en la actualidad son pocos los que conocen estos lugares debido a que, en la entidad no promueven lo necesario estas zonas.

Además de la justificación social y turística, esta investigación se debe argumentar desde su base metodológica debido a que, en la actualidad las estrategias empleadas para impartir conocimientos son mal utilizadas; un ejemplo clave es que en la entidad se han dictado talleres por medio del Ministerio del Poder Popular para la Cultura y el Deporte pero estos, no manejan la didáctica y es aquí donde la investigación cobra relevancia ya que, se busca que los ciudadanos que residen en la comunidad obtengan saberes desde una perspectiva dinámica, participativa e innovadora en donde no solo se encuentre información teórica sino que puedan casi vivir la experiencia de estar en el lugar a través de la ruta turística hipermedia

La situación anteriormente detallada, deja en evidencia la importancia de la realización de esta investigación no obstante, es necesario atribuir en líneas generales y a manera de resumen, que este estudio busca brindar conocimientos sobre los recursos turísticos

emblemáticos de la región y fomentarlos de manera didáctica con la implementación de la herramienta de la ruta turística hipermedia para obtener como resultado sensibilización, valoración y sentido de pertenencia por los habitantes de la entidad y al mismo tiempo considerando la aplicación de la misma para promover el municipio Montalbán como atracción turística en otras entidades.

CAPÍTULO II

Marco teórico

Antecedentes de la investigación.

La revisión de los antecedentes determinó el diseño de la ruta turística hipermedia en disciplinas en el ámbito del turístico. Tomando en cuenta lo anterior se citan las siguientes investigaciones que tienen relación con nuestro objeto de estudio.

Dentro de este marco, Rodríguez (2010) realizó una investigación titulada diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la Etnia Aborígen Warao en el estado Delta Amacuro, Venezuela; en el cual presenta el diseño de la Ruta Indígena Delta Warao como propuesta para la promoción y el desarrollo local del Estado Delta Amacuro y la Etnia Warao, donde señala los elementos que debe incluir dicha ruta y el circuito turístico Delta Oriwarao, como modelo para dicha ruta, el presente trabajo cumple con los objetivos planteados y responde a las interrogantes formuladas en el problema científico. Para esta investigación se recomienda su presentación ante las instancias competentes, así como también la realización de estudios de factibilidad y de comercialización técnica e infraestructural como oferta turística para el desarrollo sustentable de dicha localidad.

La investigación anterior se tomó como antecedente por relacionarse con la programación de la ruta como herramienta para la promoción y el desarrollo de la entidad, aunque en contextos diferentes se relaciona con el objetivo de la presente investigación, ya que busca destacar a la localidad y promocionarla como atractivo turístico.

De igual manera para Olivares, (2013) en su investigación titulada Diseño de una ruta turística desde el pueblo de Niquitao al monumento natural Teta de Niquitao - Guirigay,

Edo. Trujillo. Este trabajo se llevó a cabo haciendo uso del tipo de investigación documental y de campo, levantando así un estudio de carácter técnico para el desarrollo de dicha ruta, donde los resultados permitieron la identificación de los atractivos naturales y culturales presentes en los puntos de la misma. La propuesta busca presentar un producto turístico que ayude a llenar el vacío de información que existe en la zona y de esta manera se motive el desarrollo de la actividad, ubicando así al Pueblo de Niquitao como un gran destino turístico, siempre y cuando se respeten los principios del desarrollo sostenible y se persiga el bienestar económico de la localidad y de quien desee llevar a los hechos el proyecto.

Se tomó como antecedente la investigación anteriormente citada por tratarse de una ruta turística ya que por medio de esta se busca identificar los atractivos naturales y culturales y a la vez llenar el vacío de información que existe en la localidad, y de esta manera se motive al desarrollo del pueblo como gran destino turístico.

Por último, la investigación realizada por Valerio B. Mariana y Valerio B. Giuseppe en el 2011 titulada propuesta para el estudio de una ruta turística basada en la geología, localizado en La Isla de Cubagua, Estado. Nueva Esparta. La investigación que conllevó a la elaboración del trazado de la ruta alrededor de la isla, se planteó un punto de salida, puntos intermedios y un punto de llegada, de igual forma se estableció fichas técnicas de cada lugar que contienen la ubicación, su interés geológico y una breve descripción del lugar y su posible actuación en él, así mismo se realizó un estudio económico para que el turista pueda obtener información de los lugares y costo de la ruta a realizar, donde podrían hospedarse, la manera de llegar a la isla Margarita y de Cubagua. Esta investigación es de tipo de descriptiva, es decir, se realizó una investigación de campo y fue sustentada con una investigación bibliográfica.

La investigación antes mencionada tiene relación con el caso de estudio de la ruta turística hipermedia ya que en ella se presenta el trazado de la ruta de la entidad y a su vez dándole información a sus visitantes de los lugares de mayor interés turístico, el cual es lo que se quiere lograr en la propuesta de la presente investigación.

BASES TEÓRICAS

En las bases teóricas, se presentarán las partes esenciales de la investigación. Con esto se quiere lograr que el lector comprenda el punto de vista del investigador, puesto que no todos los conceptos que se presentan en el desarrollo del trabajo de grado es literal a cómo sale plasmado en los diccionarios u otros medios impresos; es decir, hay muchos conceptos que pueden tener una visión más amplia de la presentada en los medios antes nombrados.

Al ubicarse en el objeto de estudio de la presente investigación, es necesario primeramente definir los siguientes dos aspectos los cuales, son relevantes para el desarrollo de la ruta turística:

Turismo

Según el Ministerio del Poder Popular para el Turismo (MINTUR) el turismo se define como: Cualquier tipo de viaje de una persona fuera de su lugar de residencia, generalmente con fines de recreación o disfrute. Por lo que se podría decir que el turismo, es aquella actividad que implica desplazamiento momentáneo con realización de gasto de renta, cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción de los bienes y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva, generada mediante una inversión previa.

Ruta

La palabra *ruta* proviene del francés route, que a su vez deriva del latín rupta. Se trata de un, *carretera* o *vía* que permite transitar desde un lugar hacia otro. En el mismo sentido, una ruta es la dirección que se toma para un propósito.

Partiendo de las definiciones anteriormente expuestas y en relación a la argumentación teórica del objeto de estudio de la presente investigación, la autora Navalón (2014) en su obra titulada “diseño y gestión de rutas culturales: de la teoría a la práctica”. Expresa las siguientes consideraciones en cuanto a la ruta turística:

RUTA TURÍSTICA

Es aquella que da un camino con una dirección o rumbo concreto, da sentido y fundamenta el recorrido. Además, parte de un objetivo o intención (sea cultural, lúdico o educativo) que, en torno a una serie de elementos la integran, vertebran y le dan coherencia.

Continuando con la autora en cuestión, se presentan los elementos definitorios de una ruta turística:

- La existencia de un objetivo o finalidad por la que se plantea la ruta en respuesta de necesidades del medio (sean económicas, sociales o ambientales).
- Este fin se ha de traducir en la propuesta y desarrollo de un mensaje o argumento que aglutina los distintos elementos del territorio.
- El desarrollo físico de está en el territorio debe surgir a partir de un trazado definido, y marcado de algún modo, para ofrecer la orientación e información necesaria en cada caso.
- Presencia de los recursos turísticos capaces de generar atracción o de los elementos conectores necesarios que, manteniendo una coherencia argumental, entre sí y con el contexto, hagan posible comprender el mensaje y seguir el tema fijado inicialmente en sus objetivos.
- Disponibilidad de una red de infraestructuras, servicios y equipamientos que hagan posible el acceso y la conexión física e intelectual de los elementos, y favorezcan la satisfacción de la experiencia turístico-recreativa, contribuyendo a gestionar adecuadamente el flujo de visitantes.

Identificación del objetivo de la ruta turística:

La autora expresa que para la fijación del objetivo de una ruta en todos los casos debería surgir en respuesta a las necesidades de una sociedad, algunas de estas pueden ser las siguientes:

- Que busca el desarrollo económico o social derivado del fortalecimiento del turismo en áreas emergentes y/o la diversificación de los espacios turísticos, que contribuye a incrementar la competitividad del área.

- Que desea recuperar y conservar el patrimonio, tangible o intangible, a través de su dinamización y uso turístico recreativo.
- Que trabaja para una mejor difusión del conocimiento, comprensión y disfrute del patrimonio natural y la historia común.

Ventajas de las rutas turísticas:

La autora, en cuestión, expresa que las ventajas derivadas de la activación y dinamización de los bienes patrimoniales a partir de la creación de rutas sería tanto la creación de riqueza, a través del desarrollo de la propia actividad turística, como la apropiación de la comunidad local del patrimonio que se dinamiza, más allá de los agentes implicados, directa o indirectamente. Además, si el planteamiento de desarrollo es coherente y equilibrado, las rutas como agregación coordinada y reflexiva de los elementos tangibles e intangibles en un contexto cultural y territorial que les da sentido, pueden incrementar el conocimiento, la comprensión y el disfrute de residentes y visitantes y, por tanto, también su conservación.

Posición de la ruta en la cadena de producción turística:

Según la investigación realizada por la mencionada autora, las rutas turísticas pueden ser consideradas como recurso dependiendo del nivel de articulación del servicio turístico-recreativo y de su posición en la cadena de producción turística, tales consideraciones se expresarían de la siguiente manera:

Las rutas como recurso turístico

Se presenta cuando se da la posibilidad de anexión de elementos de atracción, como un conjunto capaz de generar interés ante una potencial demanda turística. En este caso estos recursos pueden ser disfrutados de forma autónoma, pero que no presentan servicios deliberados al visitante y, por tanto, no debería ser considerado oferta turística.

Las rutas como producto turístico

La autora expresa que las rutas turísticas como producto poseen al menos dos dimensiones. Una dimensión de producto básico la del trazado de la ruta en sentido estricto,

con sus elementos constitutivos y que es la esencia que el consumidor percibe y busca en la adquisición del producto. Pero junto a está existe otra que constituye el producto ampliado que es aquel conformado de manera compleja, por la propia ruta junto al territorio por el que discurre la propuesta de recorrido. En ella se encuentran otros valores auxiliares que refuerzan el atractivo inicial y que pueden ser tangibles, como otros recursos complementarios del paisaje urbano o natural, equipamientos o servicios concretos, o que puedan ser tan etéreos e imprecisos como la amabilidad de la sociedad o el ambiente local, lo que contribuye a comprender mejor el paisaje o la identidad local.

De este modo, la propuesta de creación de rutas deberá partir de la consideración del territorio y del destino turístico como un todo integrado, en el que cada una de sus piezas, sean los recursos, sean los bienes y servicios públicos y privados, las empresas, la organización de comunicación y ventas entre otras, contribuye de modo determinante a la calidad del servicio y a la satisfacción global percibida del consumo cultural.

Fases para la creación de rutas turísticas

En este caso la autora, expresa que no hay una metodología única para crear rutas turísticas. Pero explica que éstas deben insertar un territorio complejo que compartan elementos de doble dimensión es decir, que sean integrales como se ha detallado anteriormente. Basándose en esta premisa, sugiere algunas fases primordiales que se deben cumplir a la hora de desarrollar y diseñar una ruta las cuales, se detallan a continuación:

Análisis de las bases territoriales turísticas como requisito previo

Una ruta no puede funcionar si no existen unas bases mínimas de contexto para hacer posible el servicio que lleva implícito, como los elementos que conforman el destino-producto-turístico que se conforman por: la existencia de recursos turísticos, la accesibilidad, la presencia de servicios de oferta turística entre otros factores como la información y la posible comercialización.

Así pues, una vez comprobada la existencia del recurso turístico, con capacidad de atraer la motivación de una demanda de visitantes y/o turistas, la primera cuestión que ha de analizarse es que la accesibilidad general del área esté garantizada, referida no solo a la

existencia de carreteras o vías de acceso, sino también la accesibilidad a los elementos patrimoniales, muchas veces en manos privadas y, por tanto, con accesibilidad condicionada a la voluntad de la propiedad. Del mismo modo, la existencia de una estructura y/o alojamiento (en su caso) y de otro tipo de servicios sería también cuestión relevante antes de iniciar siquiera el planteamiento de una ruta.

Definición de los objetivos

Partiendo de las consideraciones anteriores, se debe plantear el objetivo general que promueve la iniciativa de creación de la ruta. Además, definir la justificación de las acciones como vía de desarrollo turístico del área, de diferenciación de la oferta turística ya existente o de dinamización del patrimonio para contribuir a su conservación, pueden ser algunas de estas razones, como misión estratégica global. Pero estas metas genéricas debe verse completada por otros objetivos mucho más concretos.

Se trata por tanto no solo de la redacción de declaraciones de principios, sino de desarrollar la contextualización del valor que desea ofrecer al mercado, definir cuál es el beneficio que ofrece a los posibles usuarios: experiencia cultural ,recorrido cultural y de turismo activo, gastronómico o experiencial, etc. Esto conlleva a la selección de un tipo o tipos de público objetivo principal al que se orientará la propuesta, que no necesariamente ha de ser excluyente, entre distintos segmentos de demanda, o entre demanda turística o de excursionismo, o entre visitantes foráneos y locales. Lo que se desea señalar es que debe existir una voluntad de definición y decisión para ser inclusivo o excluyente en las propuestas de servicios que deriven de la ruta.

Organización del producto de las rutas turísticas

En este caso el autor, expresa que una vez seleccionado el valor que se desea ofrecer y enfocados los grupos de demanda a los que se dirige, se puede proceder a organizar los elementos que conforman el producto turístico de la empresa:

Inventario y jerarquización de recursos

En relación al inventario y jerarquización éste debe ser adaptado en cada caso a los objetivos de la ruta y la idiosincrasia del contexto en que se realiza la propuesta, destacando

sobre todo el grado de accesibilidad física e intelectual, la fragilidad o capacidad de carga del elemento, la estructuración y desarrollo de servicios ya existentes orientados al público, la calidad de la información disponible y la relevancia temática del recurso para cumplir con las metas de la ruta que se pretende desarrollar.

El tratamiento de la información recopilada en el inventario permitirá la selección de los hitos o recursos claves de la ruta, en torno a los cuales se pueden ir articulando otros elementos secundarios, que se verán acompañados de otros activos del contexto cultural territorial, tanto tangibles como intangibles, vinculados al contexto territorial y social del área.

RECURSOS TURÍSTICOS

Otras de las conceptualizaciones en las que se deben hacer énfasis en el presente estudio es la de los recursos turísticos debido a que, es uno de los elementos básicos de la propuesta ya que, se debe saber y tener en claro lo que significa, para desarrollar aun más la investigación.

En este sentido, resulta pertinente comenzar por la familiarización conceptual de recurso turístico. Varias obras reconocidas en Hispanoamérica hacen uso extensivo de esta expresión y ofrecen referencias conceptuales.

Tal es el caso, de Ramírez Blanco y, en base a Zimmermann (1957), define recurso turístico como los «sitios, lugares o elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico» (1998: 61)

En otra publicación de la OMT sobre el Modelo FAS (factores-atractores-sistemas de apoyo), se entiende por factor o recurso turístico «aquellos elementos que por sí mismos o en combinación con otros pueden despertar el interés para visitar una determinada zona, lugar o región. Es decir, sería todo elemento capaz de generar desplazamientos turísticos». Respecto de la clasificación de recursos, diversos autores practican distintos agrupamientos, en este caso blanco (1998) expresa:

CLASIFICACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS	
Naturales	Clima
	Bellezas naturales
	Parques
	Playas
	Caza
	Pesca
Culturales	Arquitectura
	Arte prehispánico
	Arte colonial
	Danza
	Arte moderno y contemporáneo
	Tradiciones y folklore
Diversiones	Centro de diversión y esparcimiento
	Teatros
	Cines
	Centros nocturnos
	Fiesta brava
	Fiesta charra
	Eventos deportivos
	Hipódromo

Ramírez Blanco (1998: 62) basado en IMIT (1974)

Tomando en cuenta lo anteriormente expuesto y al ubicarse en la naturaleza del presente estudio se debe reflexionar en cuanto a la conceptualización anteriormente dada ya que esta, es parte del objetivo y la esencia de la investigación el cual radica en el fomento de los recursos turísticos emblemáticos, que al analizarse y definirse sería el impulso que se brinda en este caso a través de la ruta turística hipermedia, para desarrollar actividades relacionadas a conocer, preservar, dar sentido de pertenencia y sensibilizar a la comunidad sobre aquellos lugares que representan un legado histórico social y cultura para una determinada entidad.

TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

En la investigación realizada por Belloch (2010) se expresan los siguientes elementos de las tecnologías de información y comunicación las cuales se expresan a continuación:

Entre el gran número de definiciones que existe de las TIC, Rodríguez (1995) las define como: “TIC es el desarrollo de máquinas y dispositivos diseñados para transmitir y manejar, de manera flexible, grandes cantidades de información y conocimientos”, en cuanto a los recursos multimedia en el entorno educativo, los léxicos de tecnología de la educación los define como un sistema de enseñanza basado en la integración de diversos lenguajes y canales, concurrentes en una dirección común, y que se caracteriza por su coherencia. Se trata de un nuevo concepto de material de aprendizaje que rompe con la secuencialidad del libro, y suponen una lógica diferente tanto en la elaboración como en su uso, ésta es la lógica propia de los productos multimedia, que incorporan y combinan imagen, sonido y texto, y posibilitan al máximo la interactividad y el seguimiento de itinerarios diferentes que ofrece el hipertexto.

Hablar de TIC es referirse a los multimedia, la televisión por cable y satélite, al CD-ROM, y a los hipertextos, simuladores, entre otros, en los cuales su materia prima es la información (Cabero, 2001).

Se consideran TIC esencialmente las computadoras y los programas informáticos que permiten el acceso a redes, básicamente porque los avances tecnológicos, han dado a la computadora un protagonismo como instrumento pedagógico ya que permite el acceso a grandes cantidades de información. Cabero (1998), son:

- **Inmaterialidad.** En líneas generales podemos decir que las TIC realizan la creación (aunque en algunos casos sin referentes reales, como pueden ser las simulaciones), el proceso y la comunicación de la información. Esta información es básicamente inmaterial y puede ser llevada de forma transparente e instantánea a lugares lejanos.

- **Interactividad.** La interactividad es posiblemente la característica más importante de las TIC para su aplicación en el campo educativo. Mediante las TIC se consigue un intercambio de información entre el usuario y el ordenador. Esta característica permite adaptar los recursos utilizados a las necesidades y características de los sujetos, en función de la interacción concreta del sujeto con el ordenador.
- **Interconexión.** La interconexión hace referencia a la creación de nuevas posibilidades tecnológicas a partir de la conexión entre dos tecnologías. Por ejemplo, la telemática es la interconexión entre la informática y las tecnologías de comunicación, propiciando con ello, nuevos recursos como el correo electrónico, los IRC, etc.
- **Instantaneidad.** Las redes de comunicación y su integración con la informática, han posibilitado el uso de servicios que permiten la comunicación y transmisión de la información, entre lugares alejados físicamente, de una forma rápida.
- **Elevados parámetros de calidad de imagen y sonido.** El proceso y transmisión de la información abarca todo tipo de información: textual, imagen y sonido, por lo que los avances han ido encaminados a conseguir transmisiones multimedia de gran calidad, lo cual ha sido facilitado por el proceso de digitalización.
- **Digitalización.** Su objetivo es que la información de distinto tipo (sonidos, texto, imágenes, animaciones, etc.) pueda ser transmitida por los mismos medios al estar representada en un formato único universal. En algunos casos, por ejemplo los sonidos, la transmisión tradicional se hace de forma analógica y para que puedan comunicarse de forma consistente por medio de las redes telemáticas es necesario su transcripción a una codificación digital, que en este caso realiza bien un soporte de hardware como el MODEM o un soporte de software para la digitalización.
- **Mayor Influencia sobre los procesos que sobre los productos.** Es posible que el uso de diferentes aplicaciones de la TIC presente una influencia sobre los procesos

mentales que realizan los usuarios para la adquisición de conocimientos, más que sobre los propios conocimientos adquiridos. En los distintos análisis realizados, sobre la sociedad de la información, se remarca la enorme importancia de la inmensidad de información a la que permite acceder Internet. En cambio, muy diversos autores han señalado justamente el efecto negativo de la proliferación de la información, los problemas de la calidad de la misma y la evolución hacia aspectos evidentemente sociales, pero menos ricos en potencialidad educativa -económicos, comerciales, lúdicos, etc.-. No obstante, como otros muchos señalan, las posibilidades que brindan las TIC suponen un cambio cualitativo en los procesos más que en los productos. Ya hemos señalado el notable incremento del papel activo de cada sujeto, puesto que puede y debe aprender a construir su propio conocimiento sobre una base mucho más amplia y rica. Por otro lado, un sujeto no sólo dispone, a partir de las TIC, de una "masa" de información para construir su conocimiento sino que, además, puede construirlo en forma colectiva, asociándose a otros sujetos o grupos. Estas dos dimensiones básicas (mayor grado de protagonismo por parte de cada individuo y facilidades para la actuación colectiva) son las que suponen una modificación cuantitativa y cualitativa de los procesos personales y educativos en la utilización de las TIC.

- **Penetración en todos los sectores (culturales, económicos, educativos, industriales...).** El impacto de las TIC no se refleja únicamente en un individuo, grupo, sector o país, sino que, se extiende al conjunto de las sociedades del planeta. Los propios conceptos de "la sociedad de la información" y "la globalización", tratan de referirse a este proceso. Así, los efectos se extenderán a todos los habitantes, grupos e instituciones conllevando importantes cambios, cuya complejidad está en el debate social hoy en día (Beck, U. 1998).
- **Innovación.** Las TIC están produciendo una innovación y cambio constante en todos los ámbitos sociales. Sin embargo, es de reseñar que estos cambios no siempre indican un rechazo a las tecnologías o medios anteriores, sino que en algunos casos se produce una especie de simbiosis con otros medios. Por ejemplo,

el uso de la correspondencia personal se había reducido ampliamente con la aparición del teléfono, pero el uso y potencialidades del correo electrónico ha llevado a un resurgimiento de la correspondencia personal.

- **Tendencia hacia automatización.** La propia complejidad empuja a la aparición de diferentes posibilidades y herramientas que permiten un manejo automático de la información en diversas actividades personales, profesionales y sociales. La necesidad de disponer de información estructurada hace que se desarrollen gestores personales o corporativos con distintos fines y de acuerdo con unos determinados principios.
- **Diversidad.** La utilidad de las tecnologías puede ser muy diversa, desde la mera comunicación entre personas, hasta el proceso de la información para crear informaciones nuevas.

Aunque son crecientes las investigaciones relacionadas con las redes de comunicación y el correo electrónico las cuales poseen las características anteriores, llama especial atención el énfasis existente en el estudio de la interactividad (particularmente desde entornos educativos), referida a distintos fines, paquetes y formatos de aprendizaje.

En este sentido, una de las clasificaciones más útiles que ha surgido para poder estudiar a los medios se refiere a las posibilidades de interacción o “réplica” que presentan. Así, se habla de medios de “una vía” y medios de “dos vías” (Rodríguez, 1995), para diferenciar aquellos que operan bajo un esquema técnico y comunicacional basado en el flujo de información del emisor al receptor, pero no a la inversa, y aquellos que permiten esa reversibilidad (Morales, 1999).

Esta interactividad permite el desarrollo de procesos de comunicación e intercambio entre los sujetos rompiendo barreras temporales y espaciales, por tanto, el medio está jugando un papel socializador.

Es entonces que en los sistemas educativos las computadoras desempeñan principalmente tres funciones: la función tradicional de instrumento para que los alumnos

adquieran un nivel mínimo de conocimientos informáticos; la de apoyar y complementar contenidos curriculares; y, la de medio de interacción entre profesores y alumnos, entre los mismos alumnos y entre los propios profesores.

Algunas de las potencialidades de carácter pedagógico del uso de TIC con propósitos formativos son que rompen los límites del salón de clase tradicional, revaloran en gran medida el texto escrito y la destreza mental y operativa en los procedimientos de tratamiento de la información, convierten a los usuarios en creadores y consumidores de información, desarrollan actividades colaborativas de enseñanza aprendizaje entre instituciones y con otros actores externos incluyendo los de carácter internacional, se deben realizar adecuaciones o cambios metodológicos, sin dejar de lado la evaluación, promueven criterios y generan habilidades para la discriminación de la información encontrada la cual puede ser muy variada, contradictoria, inadecuada e incluso incomprensible, revaloran el papel de los docentes como orientadores y mediadores y por ultimo actualizan sus destrezas para trabajar en situaciones en las que las desigualdades pueden ser muy notorias.

Las herramientas tecnológicas son por lo tanto un medio para despertar el interés y mantener la motivación y la participación activa en el proceso de enseñanza aprendizaje es por esto que para la presente investigación sirve de ayuda la teoría de las TIC ya que, en ella se evidencia la importancia de la relación que existe entre la tecnología y el conocimiento.

En relación al objeto de estudio de la presente investigación, es necesario además, de incluir lo relacionado con la ruta turística, los recursos turísticos y las tecnologías de información y comunicación anteriormente detallados, se debe desarrollar las implicaciones de la hipermedia, las cuales se basan en la teoría de Ted Nelson (1970) y que se abordaran a continuación:

LA HIPERMEDIA

El término hipermedia, es con el que se designa al conjunto de métodos o procedimientos para escribir, diseñar, o componer contenidos que tengan texto, video, audio, mapas u otros medios, y que además tenga la posibilidad de interactuar con los usuarios. El término es originario de Ted Nelson (1970) en su libro: No more

Teacher's Dirty Looks. Designándole a una media que pueda bifurcar o ejecutar presentaciones. Además, que respondan a las acciones de los usuarios, a los sistemas de preordenamiento de palabras y gráficos y puedan ser explorados libremente. Dicho sistema puede ser editado, graficado, o diseñado por artistas, diseñadores o editores. Para Nelson, la idea de que dicha media maneje múltiples espacios simultánea o secuencialmente, hace que las medias se llame hiper-media. En donde el prefijo hiper, es un término prestado por las matemáticas para describir los espacios multidimensionales. El término hipermedia toma su nombre de la suma de hipertexto y multimedia, una red hipertextual en la que se incluye no sólo texto, sino también otros medios: imágenes, audio, vídeo (multimedia).

Muchos autores coinciden en esta definición de Hipermedia como resultado de la combinación de hipertexto y multimedia, donde hipertexto se entiende como la organización de una base de información en bloques discretos de contenido llamados nodos (en su mínimo nivel), conectados a través de enlaces cuya selección genera distintas formas de recuperar la información de la base; y la multimedia consiste en la tecnología que utiliza la información almacenada en diferentes formatos y medios, controlados por un usuario (interactividad).

Un documento Hipermedial contiene información a través de la cual se puede navegar. Por lo general, existen múltiples rutas que se pueden tomar en búsqueda de la información requerida. La información puede aparecer en muchos formatos: texto, gráficos, sonido, películas, etc. Los textos Hipermediales no son lineales. Los lectores pueden explorar la información como lo deseen. Esto significa, a su vez, que un mismo documento puede servir a públicos diferentes.

La estructura de un hipermedia es la misma que la de un hipertexto, formado por nodos que se conectan mediante enlaces. La única diferencia es que los nodos contienen elementos de diferentes medios o morfologías. Las anclas ya no sólo son palabras sino que pueden, por ejemplo, ser una imagen o un fragmento de ella, o pueden ser una secuencia de audio o de vídeo. La estructura de un hipermedia es, pues, más compleja que la de un hipertexto. La interacción de los diferentes medios y la sincronización entre ellos suele ser uno de los aspectos más complejos en el desarrollo de aplicaciones multimedia.

Hipermedia es un nuevo medio. Es la síntesis de hipertexto multimedial, que comparte usos y características tanto del hipertexto como del multimedia, más una serie de propiedades que le son propias. La hipermedia nos permite comunicar de manera más efectiva, ya que al ser relacional y multimedial, puede parecernos más cercana a nuestro modo habitual de expresión y pensamiento, y a su vez, permite al usuario interactuar de manera más rica, sencilla y "amigable". Se podría decir que la hipermedia, añade al hipertexto y su forma de presentar la información de forma no secuencial (o multisequencial), cierta faceta multisensorial. Los sistemas hipermedia se basan, pues, en la suma de las potencialidades hipertextuales y multimediáticas.

Algunas de las ventajas de la hipermedia:

Según el autor en cuestión anteriormente citado, dos de las ventajas más relevantes de la hipermedia son las siguientes:

- Ofrece un medio idóneo para representar información poco o nada estructurada que no se ajusta a los rígidos esquemas de las bases de datos.
- Su interfaz de usuario es, en principio, muy intuitiva, puesto que su funcionamiento imita el funcionamiento de la memoria humana, lo que hace que el usuario no tenga que realizar grandes esfuerzos para entender cómo funciona el sistema.

Elementos de la hipermedia:

En este caso según el autor en cuestión, son los siguientes:

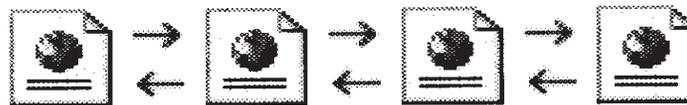
- **El nodo** unidad de información en la que una serie de contenidos de diversa índole se combinan para transmitir una idea o concepto. Por ejemplo, con una página Web El contenido cada nodo puede incluir diferentes elementos de información o contenidos, como textos, imágenes, sonidos, videos, animaciones que el autor considere necesarios para transmitir el concepto asociado a dicho nodo.
- **El enlace** Los enlaces son el elemento más importante y característico de un hipertexto. Un enlace es una conexión entre dos nodos que proporciona una forma de seguir referencias entre conceptos relacionados. Al activar un enlace se puede

dar lugar a una gran variedad de resultados, como son: trasladarse a un nuevo tema; mostrar una referencia, una anotación o una definición

- **Estructura en redes** la cual se concibe como un mapa de navegación que dibuja los recorridos disponibles para el usuario. Según Gracia (2010) existen cuatro tipos de estructura de red:

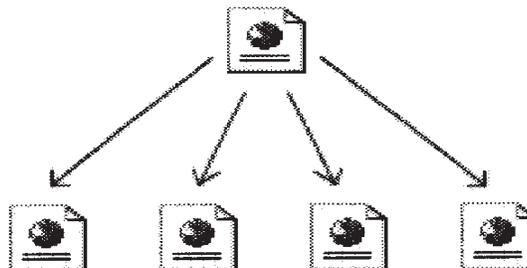
La lineal: consiste en una disposición secuencial predeterminada que se asemeja a la forma como se organizan las páginas de un libro. Así visitando una página el usuario puede retroceder a la anterior o avanzar a la siguiente.

ESTRUCTURA LINEAL



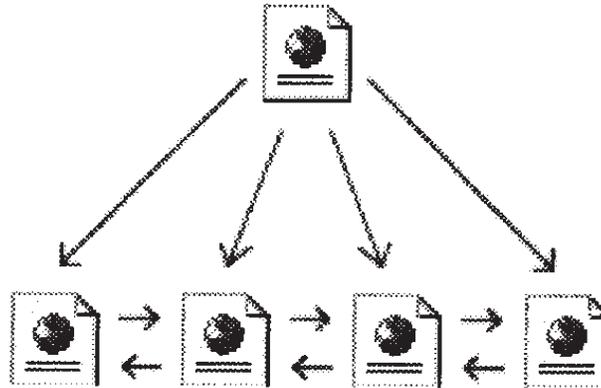
Jerárquica: la información se organiza de lo general a lo específico, según el usuario transite desde los niveles superiores a los inferiores. Así, en primera instancia, obtiene información general la cual le indica el lugar de la red donde se encuentra. Luego recibe información más específica a medida que navega por la estructura.

ESTRUCTURA JERÁRQUICA



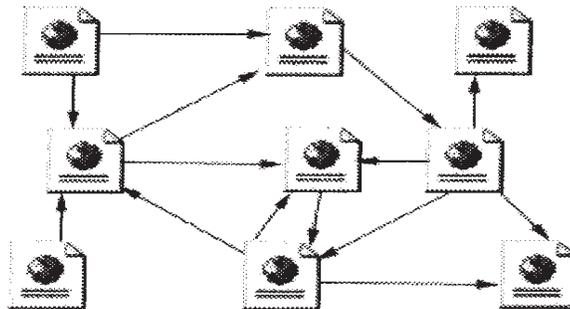
Lineal con jerarquía: este tipo de estructura es una combinación de las dos anteriores donde la información general y la específica están organizadas de una forma jerárquica, pero el usuario también puede leer todo el contenido linealmente.

ESTRUCTURA LINEAL CON JERARQUÍA



Red propiamente dicha: se trata de una organización no jerárquica, considerada como la estructura que proporciona mayor libertad al usuario al permitirle escoger entre varias alternativas, al no establecerse un enlace obligatorio entre nodos principales y secundarios el sistema de red se hace flexible, permitiendo su acceso desde diferentes entradas.

ESTRUCTURA EN RED PROPIAMENTE DICHA



De todo lo dicho se sigue que la característica más sobresaliente de la hipermedia es la posibilidad de expandir el texto más allá de lo meramente verbal, pues permite transitar desde datos verbales a datos en imágenes, mapas, diagramas, sonidos y animaciones tan fácilmente como a otro fragmento verbal. Todos estos elementos de información pueden ser mostrados simultánea o secuencialmente, dependiendo de las necesidades del recurso.

Tipos de hipermedia

En este caso Nelson Expresa que existen 3 tipos de hipermedia los cuales se abordan a continuación:

- Hipertexto: Documento que reúne imágenes, textos, sonidos o vídeos relacionados entre sí por medio de enlaces, de tal modo que al señalar una palabra o gráfico se pasa de uno a otro.
- Hiperfilmes: Es el modelo teórico de la organización de las imágenes en videos o films.
- Hipergrama: Término en el que se designa el conjunto de métodos para escribir, diseñar o componer contenidos que tengan texto, video, audio y que además tenga la posibilidad de interactuar con los usuarios.

De conformidad, con lo anteriormente expuesto sobre la hipermedia, es que surge la idea de la utilización del programa MovieMaker el cual, es un software de edición que contiene características tales como efectos, transiciones, títulos o créditos, pista de audio, narración cronológica, etc. Este programa, de acuerdo a sus características va de la mano con la implicaciones teóricas detalladas en la anterior oportunidad además, permite el diseño de la ruta turística hipermedia y es por tanto, un elemento clave para el desarrollo del estudio.

RUTA TURÍSTICA HIPERMEDIA

Como resultado y en unión de las anteriores implicaciones sobre la ruta turística y la hipermedia, es que surge el concepto y adopción de la “ruta turística hipermedia”, la cual es la esencia de la presente investigación y que para definición propia es:

Una herramienta dinámica con la cual el usuario puede interactuar, mediante un programa, con una ruta diseñada sobre los recursos turísticos emblemáticos existentes en este caso, en el municipio Montalbán estado Carabobo, a través de las percepciones tanto auditivas, por medio de la narración histórica del lugar en cuestión, además de la visual, reflejado en las fotos y videos relacionados con dicho sitio.

Características:

Entre las características más relevantes que definen a la ruta turística hipermedia están las siguientes:

- Es una herramienta tecnológica.
- Mediante la tecnología este recurso se convierte en una estrategia didáctica que facilita el aprendizaje sobre los sitios turísticos.
- Permite la interacción de los usuarios con el recurso, dejando de lado la praxis tradicional.
- Se implementa mediante la unión de las percepciones auditivas y visuales englobando varias maneras de aprendizaje.

Funciones:

Al hacer énfasis en las funciones propias de la ruta turística hipermedia están se fundamentan en las siguientes:

- Fomentar los recursos turísticos de la entidad tanto en los espacios de la misma como a los municipios allegados.
- Proporcionar conocimientos conceptuales e históricos sobre los recursos turísticos emblemáticos presentes en la entidad.
- Dinamizar los recursos turísticos desde la tecnología mediante las percepciones auditivas y visuales.

Ventajas:

Al ubicarse en este caso, la ruta turística hipermedia tiene dos grandes ventajas las cuales se abordan a continuación:

- Es un medio idóneo para dar información sobre cualquier tema debido a su praxis didáctica.
- Ayuda a un mejor entendimiento del tema a los usuarios mediante las percepciones auditivas y visuales.

Ahora bien, en este mismo orden de ideas es importante para la investigación definir cuándo se habla de recurso turístico y que se presenta a continuación:

Conociendo a Montalbán

Partiendo de las teorías de la ruta turística, la hipermedia y la unión de estas, dejando como resultado la ruta turística hipermedia además, de explicar las implicaciones sobre los recursos turísticos es necesario especificar aún más, para la aplicación de la herramienta en el municipio Montalbán estado Carabobo, en este caso surge el requerimiento de identificar los recursos emblemáticos existentes en la entidad, los cuales son detallados en base a la edición de un libro titulado *“En compañía de los niños conozcamos a Montalbán”* realizado por la cronista de la entidad Acuña Parra Mary:

En el mencionado libro, podemos encontrar el origen de la población que se remonta al siglo XVIII, su evolución histórica, sus límites, hidrografía, clima y vegetación así como sus tradiciones y costumbres, gastronomía, dulcería, personajes populares, juegos tradicionales y atractivos turísticos como lo son:

Desde su entrada podemos observar el Parador Turístico Artesanal “El Portachuelo” inaugurado el 24 de febrero de 2006. Su constructor y diseñador, el ingeniero Félix Ortega, natural de Montalbán. Es un espacio triangular que señala la entrada al valle de Montalbán pueblo de verdes pastizales y neblinas. En su lado norte, la amorosa sombra de un árbol corpulento complementa la placidez del ambiente especial para el encuentro, el dialogo y la recreación.

Seguidamente ,su orientación de Este a Oeste nos muestra en primer plano, la réplica de nuestra amada patrona la Inmaculada Concepción con una altura aproximada a los 3 metros, que da prestancia al área y amorosa, con expresión dulce y sencilla, invitan a todos a participar en un plan de proyección social, más adelante entre cortos espacios abiertos y pequeños jardines, la bella fuente de piedras distribuidas artísticamente complementa el estilo de la construcción de sencillos rasgos coloniales.

De seguidas, la puerta de entrada al parador turístico, reja de hierro forjado que remata en un frontón triangular en cuyo centro sobre la pared complementan la fachada que se continua, a ambos lados con techos de dos aguas que cubren paredes con ventanales para dar comienzo a dos conjuntos de 11 espacios utilizados para la exhibición y venta de

artesanía. En la base y cerrando el triángulo 7 espacios para la venta de comida, jugos naturales y refrescos.

De esta manera encontramos, la Caminaria de la calle Bolívar (boulevard), construidos a mediados del 2000- 2008. Espacio abierto que nos conduce desde la parte Este –entrada- hasta la Plaza Bolívar por la calle Bolívar comprende un largo trayecto famoso y familiar que nos lleva al corazón del pueblo, toda cubierta por árboles, plantas, faroles, bancos que invitan al encuentro, al diálogo, a la contemplación de algo tan íntimo y natural como es el disfrute del ambiente.

Al comienzo de esta cominería (boulevard), se encuentra la imagen de nuestra copatrona la Virgen de los Ángeles de Atocha, tallada en un tronco de árbol de cedro; realizada por el escultor nativo Pablo Villamediana, cuyas obras se encuentran a nivel internacional y nacional y algunas de ellas en el municipio de Montalbán.

Así mismo, está la Plaza Bolívar Antigua Plaza Mayor o de la Concepción ubicada en el sector centro del municipio, en cuyo alrededor se fue formando el pueblo a través de cinco calles, es amplia y acogedora. Luce en uno de sus ángulos, un hermoso cotoperis (tasilla liviformes familia sapindaceaf) dos veces centenario, árbol corpulento y hermoso, de larga vida q alcanza hasta los 18 metros de altura, ostenta una copa semiesférica en forma de paraguas, muy tupida y de color verde oscuro. Plantado hace más de 230 años en nuestra antigua Plaza Mayor ha sido testigo del acontecer histórico-cultural del municipio, que lo tiene y lo siente como ejemplo de resistencia y vitalidad y como amado símbolo que lo identifica con su riqueza agrícola y los valores éticos, espirituales y tradicionales que le transmiten vida al pueblo y engrandecen su gentilicio.

Frente a nuestro árbol emblemático, la Iglesia Matriz de estructura colonial, edificada entre los años 1767 y 1778, sus constructores fueron: José Severino Gallardo –albañil- y Juan Núñez –carpintero- la cúpula que cobija el altar mayor fue diseñada y construida por Juan Páez –albañil- guarda en su interior un legado patrimonial de gran valor artístico y sentimental: su primera patrona la Inmaculada Concepción ubicada en un nicho en arco de medio punto sostenido por columnas de mármol gris con capiteles ricamente adornados, donada a la Iglesia por Don Ramón María Bacalao en el año de 1889.

En ese nicho abierto, se guarda la bella imagen de su co-patrona Nuestra Señora de los Ángeles de Atocha- llamada con cariño la Virgen Negra –única replica en Venezuela de nuestra Sra. De Antioquia que se encontraba en el pueblito de las Vegas, en España y que luego del portentoso milagro ocurrido fue trasladada a la Capilla de Real del Palacio de Madrid por los Reyes. Esta virgen traída de España fue donada por la familia del comandante Andrés Pérez, héroe de la independencia, a la iglesia en 1874, en agradecimiento a un favor concedido.

A continuación una breve reseña de las viejas casas de estilo colonial que se encuentran en todo el casco histórico ubicadas alrededor de la plaza Bolívar y sus cercanías, donde se conservan como testimonio de una época de gran prosperidad económica, social y cultural. Ellas son:

La Casa de la Minería pertenece al siglo XVIII, antigua sede de la junta, de una compañía minera más tarde centro militar o cuartel y luego centro hospitalario donde enviaban a los heridos de la guerra. Está ubicada en la calle el Sol y la Av. Carabobo.

Casa de “El Nazareno” donde estuvo ubicada la primera iglesia del pueblo, fue construida por la familia Núñez Peña a principio del siglo XIX. Hoy casa del Nazareno en donde se atienden a ancianos y niños, en ella se encuentra la bella imagen del Nazareno que perteneció a la familia traída de España a mediados de ese mismo siglo.

Casa de la alcaldía, construida en la época republicana fue adquirida por el concejo municipal y restaurada recientemente, a mediados del siglo XX perteneció a Don Miguel Correa y más tarde a Don Rodolfo Pinto; situada en el cruce de la Av. Pérez Carreño y la calle Bolívar.

Casa del General Ensebio Pinto, pertenece a la época republicana. Perteneció a la familia Pinto y fue adquirida por la alcaldía y restaurada recientemente. Ubicada en la calle Bolívar al sur de la plaza Bolívar en ella funciona el registro civil y la oficina de la cronista.

Se manifiesta también en este poblado una zona de petroglifos, bastante rica y amplia en signos prehispánicos, abarca una extensa zona que comprende desde el Este-fila de Aguirre- cadena montañosa norteña y la serranía de capotillo hasta Agua de Obispo. En

toda esta región los primitivos habitantes – chibchas y más tarde los jirajaras y numerosos grupos que pasaron por estos lugares.

Nos dejaron la evidencia de su estada por la zona a través de la expresión de sus ideas, hechos, angustias e interpretaciones de la naturaleza y de sus creencias mediante signos grabados en las piedras y otras manifestaciones de carácter arqueológico de gran valor.

De igual manera, en la Serranía del Capotillo se encuentra El peñón, formación rocosa o mole de piedra que se encuentra en el cerro del mismo nombre, símbolo de resistencia que caracteriza a Montalbán. Se divisa desde el pueblo como un monstruo gigante que se asoma desde la altura para vigilar el quehacer diario.

En sus cercanías, el Parque de “Las Neveritas” y hermosas caída de agua, transmiten al lugar una sensación de frescura, quietud y bienestar, además de ofrecer una vista de Montalbán y su valle cultivado, muy interesante. Una carretera desde el pueblo ofrece su ascenso al lugar que es bastante visitado.

En este mismo orden, encontramos la Altiplanicie “La Mesa” se encuentra a 1,400mts. de altura y nos ofrece el embrujo sorprendente de la montaña con sus especies arbóreas, abundante agua y una fauna variada. Se encuentra un poco al norte del cerro El Peñón.

Otro mirador natural es “La Copa” está ubicado en un lugar más elevado de la Serranía de Capotillo, constituye un mirador natural atalaya granítica desde donde se observa una panorámica de los valle altos de Carabobo y del estado Yaracuy. Su altura, posición clima y sus constantes neblinas, junto a la observación del paisaje, la convierten en un lugar de gran atracción que debe ser aprovechado por el turismo.

Así mismo, encontramos los estanques del añil, estanques de piedra donde procesaban el añil en los años 1770, allí están desde entonces hablando calladamente del trabajo, del coraje de sus pobladores, de la iniciativa de desarrollo del eclesiástico Don Pablo Orrendain, del interés de los hijos del pueblo que supieron arrancar a la tierra su riqueza y lograr la prosperidad inicial de la Villa Naciente.

La función de estos estanques era servir de asiento o base para el procesamiento de la planta, cuyo producto cuidadosamente elaborado a mano era realizado sin ningún tipo de químicos y lograr un producto de exportación.

Situados en el propio corazón del pueblo, entre la calle Mariño y la Av. Ricaurte, al abrigo de cafetos, arboles de espeso follaje, oyendo el murmullo de la cantada del río, que borde este trozo de ambiente, guardan para la posteridad un vivo recuerdo

Ellos son hoy, reminiscencia de una época lejana en los anales de Montalbán. Un legado de piedra en lenguaje de siglos, viva expresión de días hermosos en los comienzos de una vieja y enraizada cultura.

Sobre las bases de la historia de la entidad es que la presente investigación busca fomentar estos sitios anteriormente nombrados para lograr su preservación dentro de la comunidad como legado histórico de la misma, a través de la herramienta de ruta turística hipermedia teniendo como objetivo, preservar y difundir estos recursos.

BASES PSICOLÓGICAS

Motivación humana

En 1943, Maslow propone su “Teoría de la Motivación Humana” la cual tiene sus raíces en las ciencias sociales y fue ampliamente utilizada en el campo de la psicología clínica; a su vez, se ha convertido en una de las principales teorías en el campo de la motivación, la gestión empresarial y el desarrollo y comportamiento organizacional.

La “Teoría de la Motivación Humana”, propone una jerarquía de necesidades y factores que motivan a las personas; esta jerarquía se modela identificando cinco categorías de necesidades y se construye considerando un orden jerárquico ascendente de acuerdo a su importancia para la supervivencia y la capacidad de motivación. De acuerdo a este modelo, a medida que el hombre satisface sus necesidades surgen otras que cambian o modifican el comportamiento del mismo; considerando que solo cuando una necesidad está “razonablemente” satisfecha, se disparará una nueva necesidad.

Las cinco categorías de necesidades son: fisiológicas, de seguridad, de amor y pertenencia, de estima y de auto-realización; siendo las necesidades fisiológicas las de más bajo nivel. Maslow también distingue estas necesidades en “deficitarias” (fisiológicas, de seguridad, de amor y pertenencia, de estima) y de “desarrollo del ser” (auto-realización). La diferencia distintiva entre una y otra se debe a que las “deficitarias” se refieren a una carencia, mientras que las de “desarrollo del ser” hacen referencia al quehacer del individuo.

Jerarquía de necesidades

La caracterización de la jerarquía de necesidades propuesta por Maslow es la siguiente:

Necesidades fisiológicas: son de origen biológico y están orientadas hacia la supervivencia del hombre; se consideran las necesidades básicas e incluyen cosas como: necesidad de respirar, de beber agua, de dormir, de comer, de sexo, de refugio.

Necesidades de seguridad: cuando las necesidades fisiológicas están en su gran parte satisfechas, surge un segundo escalón de necesidades orientadas hacia la seguridad personal, el orden, la estabilidad y la protección. Dentro de estas necesidades se encuentran cosas como: seguridad física, de empleo, de ingresos y recursos, familiar, de salud y contra el crimen de la propiedad personal.

Necesidades de amor, afecto y pertenencia: cuando las necesidades de seguridad y de bienestar fisiológico están medianamente satisfechas, la siguiente clase de necesidades contiene el amor, el afecto y la pertenencia o afiliación a un cierto grupo social y están orientadas, a superar los sentimientos de soledad y alienación. En la vida diaria, estas necesidades se presentan continuamente cuando el ser humano muestra deseos de casarse, de tener una familia, de ser parte de una comunidad, ser miembro de una iglesia o simplemente asistir a un club social.

Necesidades de estima: cuando las tres primeras clases de necesidades están medianamente satisfechas, surgen las llamadas necesidades de estima orientadas hacia la autoestima, el reconocimiento hacia la persona, el logro particular y el respeto hacia los demás; al satisfacer estas necesidades, las personas se sienten seguras de sí misma y valiosas dentro

de una sociedad; cuando estas necesidades no son satisfechas, las personas se sienten inferiores y sin valor. En este particular, Maslow señaló dos necesidades de estima: una inferior que incluye el respeto de los demás, la necesidad de estatus, fama, gloria, reconocimiento, atención, reputación, y dignidad; y otra superior, que determina la necesidad de respeto de sí mismo, incluyendo sentimientos como confianza, competencia, logro, maestría, independencia y libertad.

Necesidades de auto-realización: son las más elevadas y se hallan en la cima de la jerarquía; Maslow describe la auto-realización como la necesidad de una persona para ser y hacer lo que la persona "nació para hacer", es decir, es el cumplimiento del potencial personal a través de una actividad específica; de esta forma una persona que está inspirada para la música debe hacer música, un artista debe pintar, y un poeta debe escribir.

Características generales de la teoría de Maslow

- Sólo las necesidades no satisfechas influyen en el comportamiento de todas las personas, pues la necesidad satisfecha no genera comportamiento alguno.
- Las necesidades fisiológicas nacen con la persona, el resto de las necesidades surgen con el transcurso del tiempo.
- A medida que la persona logra controlar sus necesidades básicas aparecen gradualmente necesidades de orden superior; no todos los individuos sienten necesidades de autorrealización, debido a que es una conquista individual.
- Las necesidades más elevadas no surgen en la medida en que las más bajas van siendo satisfechas. Pueden ser concomitantes pero las básicas predominarán sobre las superiores.
- Las necesidades básicas requieren para su satisfacción un ciclo motivador relativamente corto, en contraposición, las necesidades superiores requieren de un ciclo más largo.

Motivación turística

Esta teoría ha sido sin duda la que posteriormente ha tenido más aplicaciones en el campo del estudio de la motivación humana incluyendo, para efectos de la presente investigación, la ruta turística y entre estas tenemos la aplicación elaborada por Pearce. A partir del modelo de Maslow propuso una adaptación incorporando el factor de la experiencia turística misma. Los niveles de motivación turística, según este autor, quedan ordenados de la siguiente manera:

1. Necesidad de relajación (descanso /actividad)
2. Necesidad de estimulación. (seguridad/emociones fuertes)
3. Necesidades sociales(de familia y de relaciones íntimas de amistad)
4. Necesidad de autoestima (desarrollo personal, cultural, histórico, medioambiental)
5. Necesidad de autorrealización (búsqueda de la felicidad)

Dentro del contexto de los factores motivacionales a la hora de viajar, los conceptos de empuje ('push factor') y de arrastre ('pull factor') son los más usados.

Existen en el turismo los llamados motivos externos, que pueden influenciar al turista arrastrándolo hacia una determinada motivación y posteriormente a una decisión. Los destinos turísticos tratan de atraer a los turistas potenciales y esta fuerza social se puede convertir en un factor de arrastre para que un individuo establezca un motivo para viajar, así como una motivación más específica para seleccionar un determinado destino. Los factores de arrastre provienen tanto del destino mismo, como de varias situaciones turísticas extrínsecas, tales como el clima, recursos históricos y la comodidad. Los factores de arrastre están relacionados con el sentimiento de privación y como tal evocan un deseo y, por consiguiente, se trata de sentimientos subjetivos y socialmente contruidos.

También tenemos los motivos intrínsecos, claramente relacionados con los deseos intangibles del viajero: impulsos acaecidos dentro del interior de la persona y que se conocen como los "pushfactors" o factores de empuje. Contrario al sentimiento de privación que dejan los factores de arrastre, los factores de empuje se relacionan con una carencia de cosas imprescindibles para conservar la vida. Una falta de descanso puede conducir a una situación de fatiga que a la vez genera una necesidad de viajar.

Al respecto, generalmente en las encuestas que se aplican a los turistas por parte de los organismo competentes en la materia (SECTUR, OMT), o de los mismos prestadores de servicios (establecimientos de hospedaje, A&B, recreación), manifiestan múltiples motivos, ya sean intrínsecos o extrínsecos para visitar determinados destinos, de tal manera que mueve a las personas lo suficientemente para desplazarse de su lugar de origen a determinado lugar.

Atendiendo estas consideraciones, la ruta turística hipermedia sería una motivación extrínseca hacia los turistas debido a que, a través de esta se ofertara los recursos turísticos emblemáticos existentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

BASES LEGALES

Actualmente la Tecnología, está sufriendo un desarrollo vertiginoso, esto está afectando a prácticamente todos los campos de nuestra sociedad, y el turismo no es una excepción. Esas tecnologías se presentan cada vez más como una necesidad en el contexto de sociedad donde los rápidos cambios, el aumento de los conocimientos y las demandas del turismo constantemente actualizado se convierten en una exigencia permanente. El turismo se ha valido de los medios técnicos y tecnológicos, para atraer a los posibles y potentes turistas a viajar.

A continuación se enunciará una serie de instrumentos legales que establecen lo concerniente a la tecnología y el turismo.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Art. 110. Es de interés público la ciencia, la tecnología, el conocimiento, la innovación y sus aspiraciones y los servicios de información, a los fines de lograr el desarrollo económico, social y político del país.

Dicho artículo está relacionado con nuestra investigación ya que la tecnología es de interés público y todo ciudadano tiene la libertad de beneficiarse con esta herramienta como es la ruta turística hipermedia y a través de ella lograr desarrollar el turismo.

La Ley Orgánica De Ciencia Y Tecnología E Innovación. Art. N°1. la presente ley tiene por objeto desarrollar los principios orientadores que en materia de ciencia y tecnología e innovación y sus aplicaciones, establece la constitución de la república bolivariana de Venezuela, organizar el sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación, definir los lineamientos que orientaran las políticas y estrategias para la actividad científica, tecnológica, de innovación y sus aplicaciones, con la implantación de mecanismos institucionales y operativos para la promoción, estímulo y fomento de la investigación científico, la apropiación social del conocimiento y la transferencia e innovación tecnológica, a fin de fomentar la capacidad para la generación, uso y circulación del conocimiento e impulsar el desarrollo nacional.

La ruta turística hipermedia es una herramienta útil para el fomento y conocimiento de nuevos aprendizajes es por ello que este artículo se relaciona muy bien con la investigación ya que, nos habla del estímulo y fomento de la investigación científico, del conocimiento y la transferencia e innovación tecnológica, para fomentar e impulsar el desarrollo nacional.

Decreto N° 825

Artículo 11°: El Estado, a través del Ministerio de Ciencia y Tecnología promoverá activamente el desarrollo del material académico, científico y cultural para lograr un acceso adecuado y uso efectivo de Internet, a los fines de establecer un ámbito para la investigación y el desarrollo del conocimiento en el sector de las tecnologías de la información.

Con el artículo expuesto anteriormente se puede expresar que la ruta turística hipermedia se adapta a esta ley ya que la misma tendrá una información adecuada donde el usuario además de experimentar lo innovador y dinámico de la propuesta ya mencionada podrá adquirir un conocimiento a nivel cultural y turístico del municipio Montalbán; estado Carabobo.

Decreto con rango, valor y fuerza de ley orgánica de turismo

Artículo 1. El presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo tiene por objeto promover, organizar y regular la actividad turística, la organización y

funcionamiento del Sistema Turístico Nacional, como factor estratégico de diversificación socioeconómica y desarrollo sustentable y sostenible del país, mediante la creación de normas que garanticen la orientación, fomento, desarrollo, coordinación y control de la actividad, estableciendo los mecanismos de concertación, cooperación, asistencia y solidaridad de los órganos y entes de la Administración Pública, instituciones privadas y mixtas de esta actividad, orientados al desarrollo, participación y protagonismo de las comunidades; logrando así una actividad turística basada en los principios de justicia social, equidad, no discriminación, solidaridad, protección del ambiente y productividad.

De acuerdo al artículo 1 de la (LOT) podemos destacar que a través de la ruta turística hipermedia se puede dar a conocer y promover los recursos emblemáticos de la comunidad y además crear conciencia para que el turismo en el municipio sea sustentable y sostenible.

Artículo 5. Los diferentes órganos y entes de la Administración Pública, en el ámbito de sus competencias, apoyarán al Ministerio del Poder Popular con competencia en turismo en el ejercicio de sus atribuciones, bajo los principios de cooperación, coordinación e información interinstitucional. Asimismo, el Ministerio del Poder Popular con competencia en turismo, apoyará a los diferentes órganos y entes de la Administración Pública, y especialmente a las comunidades organizadas, consejos comunales y demás formas de participación popular para el ejercicio de la ciudadanía, fomentando la corresponsabilidad y contraloría social.

El mencionado artículo nos sirve de apoyo ya que, la comunidad o cualquier ente público pueden tomar como referencia la ruta turística hipermedia y promover el turismo y cada uno de los recursos emblemáticos del municipio y así crear conciencia de preservación y cuidado en los habitantes.

Artículo 7. De la Ley Orgánica de Turismo, atribuye el Ministerio de Turismo la rectoría y máxima autoridad administrativa en materia turística. Entre sus atribuciones y competencias se destacan: La promoción de la inversión turística, el seguimiento y control de la ejecución de los proyectos de desarrollo turístico, el registro, certificación y control turístico de las actividades del sector público destinadas a la supervisión de los prestadores

de servicios turísticos, el mantenimiento de los registros necesarios y el otorgamiento de las certificaciones legales

La relación que tiene el artículo 7 de la ley orgánica de turismo está en la ruta turística hipermedia tiene como objetivo el fomento y la promoción del turismo del municipio Montalbán a través de los sitios más emblemáticos específicamente los del sector centro, para darles mayor auge a la preservación de ellos.

El Instituto Nacional de Turismo (INATUR) Artículo 11. es un ente adscrito al Ministerio del Poder Popular con competencia en turismo y tendrá por objeto la capacitación y formación de las ciudadanas y ciudadanos para el desarrollo del turismo, atendiendo especialmente aquellas actividades educativas que procuren el desarrollo y fortalecimiento de las comunidades organizadas, consejos comunales y demás formas de participación popular, así como la promoción nacional e internacional de la República Bolivariana de Venezuela como destino turístico, de acuerdo a los lineamientos que dicte el Ejecutivo Nacional por órgano del Ministerio del Poder Popular con competencia en turismo, mediante la administración de los recursos obtenidos conforme a este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo, con especial atención a aquellas actividades dirigidas al desarrollo y fortalecimiento de las comunidades organizadas, consejos comunales y demás formas de participación popular.

El artículo establece que el organismo y entes públicos apoyaran a promover, organizar y regular la actividad turística así como también la promoción de la inversión turística, tal es el caso de nuestra investigación que busca fomentar y promocionar a través de la ruta turística hipermedia los recursos emblemáticos del pueblo de Montalbán; estado Carabobo y a su vez crear conciencia en los habitantes para el cuidado de ellos.

BASES SOCIALES

Difusión de innovaciones

La difusión de innovaciones es una teoría sociológica que pretende explicar cómo, por qué y a qué velocidad se mueven las nuevas ideas (y tecnologías) a través de las diversas

culturas. La idea es entendida como una explicación acerca de cómo una innovación es comunicada a través de ciertos canales, a través del tiempo, entre los miembros de un sistema social y cómo esta 'nueva idea' es aceptada y divulgada entre sus miembros de la red social.

El principal elemento es la innovación, que es definida por Rogers (2010) como "una idea, práctica u objeto que es percibido por un individuo como nuevo". De esta forma si un individuo percibe la idea como nueva, dentro de esta teoría esa idea es una innovación. La novedad de la idea comunicada se plantea dentro del ámbito de la difusión de innovaciones en términos de conocimiento, de persuasión, o decisión acerca de su adopción.

El proceso de difusión.

Se entiende como una forma especial de comunicación en la que los miembros de un sistema social se transmiten nuevas ideas. La novedad en la comunicación de la idea es lo que proporciona a la difusión un carácter especial. Como la difusión entendida como el proceso por el cual una innovación es comunicada a través de ciertos canales a lo largo del tiempo entre los miembros de un sistema social, cabe tener en cuenta cada uno de los elementos definidos.

La innovación: en la teoría consiste en una idea, práctica u objeto que es percibida por un individuo como algo nuevo.

Categorías de adoptantes: en la teoría de difusión se distingue entre los individuos que aceptan las innovaciones en los primeros instantes de su emisión y aquéllos que lo hacen en etapas posteriores.

Canales de comunicación: La difusión, entendida bajo la teoría, es un tipo particular de comunicación en el que el mensaje corresponde a una noticia o novedad.

El tiempo: es otro elemento a tener en cuenta en la teoría. La velocidad con la que una innovación es aceptada en un sistema social es un índice de su aceptabilidad en esa sociedad.

Sistema social: puede ser entendido como un conjunto de individuos inter-relacionados, de alguna forma se trata de una red social.

El proceso de decisión.

La recepción de la innovación por un individuo genera una necesidad de tomar una decisión acerca de si se debe, o no de adoptar. El proceso de toma de decisión no es un acto instantáneo, es muy por el contrario un proceso que ocurre a lo largo del tiempo y que transcurre a lo largo de cinco actividades. La mayoría de los investigadores en la teoría de la difusión mencionan estos cinco pasos por los que suele pasar un individuo a la hora de adoptar/rechazar una innovación dada.

Conocimiento: Es el primer paso del proceso y comienza cuando el individuo tiene en conocimiento la existencia, no sólo de la innovación, sino que también de cómo funciona

Persuasión: En esta etapa el individuo se forma una opinión favorable, o desfavorable acerca de la innovación.

Decisión: Es la etapa en la que el individuo inicia una serie de actividades con el objeto de adoptar, o rechazar la innovación. Si decide rechazarla, las dos etapas posteriores no se ejecutan.

Implementación: Tras aceptar la innovación, la pone en uso dentro de las actividades cotidianas.

Confirmación: Es una actividad en la que un individuo busca refuerzo sobre la decisión ya tomada.

La teoría de la difusión de innovaciones es de relevancia para el presente estudio ya que, en esta se explica las diferentes fases que transcurre un individuo en adoptar la innovación que este caso es la ruta turística hipermedia. Esto da una idea de las múltiples reacciones que se pueden encontrar al emplear este recurso a los habitantes del municipio Montalbán, debido a que se debe estar preparado si se presenta el caso de un participante que no adopte la actividad.

LA SOCIOLOGÍA DE LA EDUCACIÓN

Es una disciplina que utiliza los conceptos, modelos y teorías de la sociología para entender la educación en su dimensión social. ha sido cultivada por los sociólogos que han tenido un interés creciente por la educación y por los pedagogos que han pasado de recurrir

casi exclusivamente a la psicología, a un equilibrio entre ésta y la sociología que podría ayudarnos a cambiar de parecer de la vida.

Características de la sociología de la educación.

Ser una sociología especial: Es decir, es una de las ciencias sociológicas (como también la sociología de la familia, la sociología del trabajo, la sociología de la religión) que se ocupan de alguno de los aspectos concretos de lo social. En este sentido es una rama de la sociología general, coordinada con las otras sociologías especiales mencionadas.

Ser una ciencia de la educación: tiene como objeto de estudio la educación. Esto no significa que sea una ciencia pedagógica, ni que pertenezca a la pedagogía, sino que es una ciencia sociológica que pertenece a la sociología. La sociología de la educación busca plantear el fenómeno educativo, explicarlo como hecho social que es. Explica el fenómeno educativo desde el punto de vista sociológico, no desde lo educativo o pedagógico

Ser una disciplina explicativa y descriptiva: esencialmente, frente a otras que pretenden o tienen por objetivo principal intervenir en el proceso educativo. Esta afirmación que opone a la sociología de la educación a las didácticas y psicología de la educación, no quita que la sociología de la educación posea un carácter provocador y crítico que provoque y oriente con sus resultados, cambios y transformaciones, no solo educativos, también sociales.

Funciones de la educación en ámbitos sociales

Para esta sociología, la educación debe comprender varias funciones la cuales son función de adaptación del individuo, función de asegurar una continuidad, función de introducir un cambio social, capacitación profesional, función económica, función política, función de control social, por ultimo promover un progreso humano.

El aporte fundamental de esta teoría en la presente investigación, se basa en la función de la ruta turística hipermedia en el ámbito social debido que a través de esta herramienta se podrá fomentar los conocimientos sobre recursos emblemáticos de la entidad, tomando así un cargo en la sociedad para lograr la preservación de la cultura del municipio.

BASES FILOSÓFICAS

Filosofía de la tecnología

Fue a finales del siglo XIX cuando un alemán, el ingeniero y docente Ernst Kapp, en 1877 acuñó la frase “filosofía de la tecnología” (Capana, 2010). Para él, la tecnología es herramientas y armas como extensión de los órganos, que merecían una reflexión filosófica. Para Lewis Mumford(2011), comienza a reflexionar sobre la naturaleza de la tecnología desde la tradición romántica norteamericana, contraponiendo a la visión técnica de Kapp, la humanista.

Ya a finales del siglo pasado (1998), en su texto clásico *¿Qué es la filosofía de la tecnología?*, Mitchan distingue dos modos de abordar la filosofía de la tecnología, la tradición ingenieril y la tradición humanística. Pero ahora, después de más de un siglo de existencia, podemos hablar que hay tantas filosofías de la tecnología como corrientes filosóficas. Así, encontramos una tradición analítica anglo-americana (con dedicación a la inteligencia artificial), una tradición fenomenológica europea-continental (con dedicación a las vivencias existenciales de los usos técnicos cotidianos), una pragmatista, una aristotélico-tomista, una marxista, etc.

A pesar de la diversidad de las corrientes filosóficas tecnológicas, Mitchan sigue pensando que todas estas pueden alinearse de acuerdo a las dos primeras tradiciones, la ingenieril y la humanística. Con el riesgo de una gran simplificación, podemos decir que la primera tradición tiene una actitud positiva hacia la tecnología, en cambio, la segunda, adopta una actitud más cauta.

Ramas filosóficas de la tecnología

Siguiendo una clasificación de Bunge (2010), los aspectos o dimensiones relacionadas con los problemas filosóficos de la tecnología pueden abordarse desde las siguientes sub-disciplinas:

Tecno-epistemología: La tecnología comparte con la ciencia un conjunto de hipótesis realistas sobre la naturaleza y alcance del conocimiento. El tecnólogo clásico era un realista

ingenuo, el tecnólogo moderno es un realista crítico, a veces pragmático e instrumentalista, de acuerdo a su actitud frente a la realidad. Para él, la realidad es la totalidad de los recursos (naturales y humanos), y el conocimiento fáctico es un medio para controlar el fragmento de realidad que interesa. Mientras que al científico le interesa la cosa en sí, al tecnólogo le interesa la cosa para nosotros. Para el científico el conocimiento es una meta, para el tecnólogo es un medio. El científico busca conocer por conocer, el tecnólogo busca conocer para hacer.

Esto hace que tenga una actitud distinta frente a la verdad. Le interesa los datos y a información en tanto lo acerquen a las metas que le interesen. Le interesa lo más cómodo para operar. En resumen el tecnólogo adopta una mezcla de realismo crítico y pragmatismo, de acuerdo a sus necesidades. “El tecnólogo es filosóficamente oportunista, no principista” (Bunge, 2010, p. 198).

Tecno-metafísica: Comparte la ontología científica y a la vez crea una ontología tecnológica. Para la ontología científica, existe un mundo exterior al sujeto cognoscente y actuante; el mundo está compuesto de cosas (objetos materiales); toda propiedad es propiedad de alguna cosa: no hay propiedades o formas en sí; las cosas se asocian formando sistema; todo sistema, salvo el universo, interactúa con otros sistemas en ciertos aspectos y está aislado de otros sistemas en otros aspectos; toda cosa, todo sistema cambian; nada surge de la nada y nada se reduce a la nada; toda cosa satisface leyes objetivas; hay diversos tipos de leyes: causales y probabilísticas, que ligan propiedades de un mismo nivel, y otras que ligan propiedades a niveles diferentes, etc.; hay varios niveles de organización: físico, químico, biológico, social, técnico.

La ontología propia de la tecnología, se divide en general y en tecnologías especiales. Para la ontología tecnológica genérica: el hombre, con ayuda de la tecnología, puede alterar ciertos procesos naturales y sociales en forma deliberada y con arreglo a planes. El hombre como transformador; gracias a la tecnología el hombre puede crear o destruir clase naturales, enriqueciendo o empobreciendo la variedad de la realidad. El hombre como creador; puesto que los artefactos están sujetos al control humano, constituyen un nivel óntico propio, con propiedades y leyes propias. Así la realidad está conformada por objetos naturales, objetos sociales y objetos tecnológicos, cada uno con sus propiedades y leyes.

Para la ontología de tecnologías especiales: la ingeniería química presupone y favorece que hay novedades radicales; la agronomía y la veterinaria presupone y favorece la ontología evolucionista, ahora dirigida; la administración presupone y favorece una visión sistémica.

Tecno-axiología: Toda acción humana está orientada hacia y por valores. No por eso los objetos de la acción son necesariamente valiosos. Para el científico, todo objeto tiene el mismo valor, aunque cognitivo. En cambio el tecnólogo, los divide en útiles e inútiles. Valora más los artefactos que los recursos. Su ontología no está libre de valores, y esto lo asemeja a las culturas primitivas y arcaicas. No así la ontología científica que es a valorativa, Pero le da al filósofo un lugar para analizar escalas de valores concretos, no a priori.

Tecno-ética: Bunge (2010) entiende por tecno ética al estudio de los códigos morales inherentes a las diversas ramas de la tecnología. En éste sentido, toda praxis humana es criticable a la luz de principios éticos y legales. Los principios éticos nacen no de la tecnología, sino de ciertas religiones, ideologías y filosofías surgidas en las sociedades industriales.

Tecno-praxiología: Estudia la acción humana en general, sea buena o mala, correcta o incorrecta, racional o irracional. Está formada por ciencias dispares, como la ingeniería humana, la investigación operativa, la administración de empresas, la táctica y estrategia militares, la teoría de la decisión y la teoría Filosófica de la acción. Le agrega una que no existe aún: la tecno-praxiología, cuyo objeto de estudio es la acción guiada por la tecnología.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente se puede decir que la presente investigación es una herramienta tecno-praxiológica y tecno-axiológica, en primer término debido a que es un recurso que guía la acción de aprender sobre los sitios turísticos emblemáticos desde un ámbito tecnológico y en segundo término se presenta ya que mediante esta estrategia se busca llegar a mejorar la identidad cultural y sentido de pertenencia en los habitantes de la entidad trabajando así con los valores de estos.

TABLA DE ESPECIFICACIONES:

OBJETIVO GENERAL: Proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.				
OBJETIVOS	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
<p>*Identificar los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.</p> <p>*Definir los aspectos conceptuales e históricos de los recursos turísticos emblemáticos identificados en el municipio Montalbán estado Carabobo.</p> <p>*Emplear un instrumento de recolección de datos para conocer el nivel de conocimiento que tienen los habitantes del municipio sobre los recursos turísticos emblemáticos presentes en la entidad.</p>	<p>*Se define a los recursos turísticos como los sitios, lugares o elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales, que mediante una adecuada y racionada actividad humana pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar el desplazamiento turístico.</p>	Recursos Turísticos Naturales	El Cotoperis	1
			Cerro El Peñón	2
			Cerro La Copa	3
			Parque Las Neveritas	4
			Altiplanicie La Mesa	5
		Recursos Turísticos Culturales	Parador Turístico (Portachuelo)	6/7
			Imagen tallada de la Virgen Negra	8
			Plaza Bolívar	9
			Iglesia	10/11
			Virgen Negra	12/13
			Casas Coloniales	14/15/16
			Los Petroglifos	17
			Los Estanques de Añil.	18/19

OBJETIVO GENERAL: Proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

OBJETIVOS	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
*Aplicar un instrumento de recolección de datos para conocer el nivel de conocimiento que tienen los habitantes del municipio sobre la hipermedia.	* El término hipermedia, es con el que se designa al conjunto de métodos o procedimientos para escribir, diseñar, o componer contenidos que tengan texto, video, audio, mapas u otros medios, y que además tenga la posibilidad de interactuar con los usuarios.	Tipos de Hipermedia.	Hipertexto	20
			Hiperfilmes	21
			Hipergrama	22
		Ventajas de la Hipermedia.	Informar	23
			Fácil entendimiento.	24

OBJETIVO GENERAL: Proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

OBJETIVOS	DEFINICIONES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
* Diseñar una ruta hipermedia para fomentar el conocimiento sobre los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.	La ruta turística hipermedia es una herramienta dinámica donde el usuario puede interactuar, mediante un programa, con una ruta diseñada sobre los recursos turísticos emblemáticos existentes, en el municipio Montalbán estado Carabobo, a través de las percepciones tanto auditivas, por medio de la narración histórica del lugar en cuestión, además de la visual, reflejado en las fotos y videos relacionados con dicho sitio.	Características de la Ruta turística Hipermedia.	Herramienta tecnológica.	25
			Estrategia didáctica.	26
			Fácil manejo	27
			Audio-visual	28
		Funciones de la Ruta turística hipermedia	Promocionar	29
			Informar	30
			Dinamizar	31
		Ventajas de la Ruta turística Hipermedia.	Audio-visual	32
			Incrementar la promoción	33
			Fácil accesibilidad	34

CAPÍTULO III

Marco metodológico

El marco metodológico es el procedimiento a seguir para alcanzar el objetivo de la investigación. Para Arias (2010): “La metodología del proyecto incluye el tipo de investigación, las técnicas y los procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación. Es el ¿Cómo? se realizará el estudio para responder al problema” (p.45) a continuación se proseguirá con la explicación:

Enfoque de la investigación.

El enfoque de la investigación es cuantitativo lo cual para el mencionado autor, consiste en una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que demuestre su factibilidad o posibilidad de realización.

Se tomó el enfoque cuantitativo porque se pretendía obtener la recolección de datos para conocer o medir el fenómeno en estudio y encontrar soluciones para la misma.

Tipo de investigación.

El presente estudio se encuentra en la modalidad de Proyecto Factible, que consiste en elaborar una solución para la problemática presentada.

Atendiendo estas consideraciones, el proyecto factible consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. El proyecto debe tener apoyo en una investigación documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades (UPEL, 2010, p. 21).

En relación a las conceptualizaciones señaladas anteriormente y en consideración de los objetivos planteados se determina que el tipo de investigación es un proyecto factible debido a que plantea la solución a un problema de desconocimiento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán a través de la ruta hipermedia donde se explican conocimientos sobre los sitios en cuestión y así buscar desarrollar el sentido de pertenencia en los habitantes del Municipio.

Diseño de la investigación.

El presente estudio está ubicado dentro del diseño de investigación de campo debido a que se da en el lugar donde se presenta el problema, estableciendo una interacción entre los objetivos de estudio y la realidad.

Sobre este tipo de estudio los autores Palella y Martins (2010), definen: el diseño de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (pag.88)

Partiendo de los supuestos anteriores, el presente estudio como se explicó anteriormente se desarrolla a través de un diseño de campo ya que ésta, se realiza en el entorno del municipio Montalbán en donde se presenta la problemática anteriormente planteada que se desea resolver con la propuesta de la Ruta Turística Hipermedia.

Población

Antes de entrar en consideración del tamaño de la población, es necesario, definirla para lo cual Chávez (2007), expresa que “es el universo de estudio de la investigación, sobre el cual se pretende generalizar los resultados, constituida por características o estratos que le permiten distinguir los sujetos, unos de otros”. (p.162)

Atendiendo esta consideración, la población del presente estudio está conformada por los habitantes del municipio Montalbán estado Carabobo la cual, según estimaciones del censo nacional 2011 es de aproximadamente 26.376 personas.

Muestra.

Se indica así mismo, el subgrupo de una población que es lo que se define como muestra; es decir, que se delimitan las características de la población a través de ella. Según Balestrini (2010), señala que: “Una muestra es una parte representativa de una población, cuyas características deben producirse en ella, lo más exactamente posible. (p.141)”.

La mayoría de los investigadores tienen limitaciones temporales, monetarias y de mano de obra y, gracias a ellas, es casi imposible tomar una muestra aleatoria de toda la población. Generalmente, es necesario emplear otra técnica de muestreo, la técnica de muestreo no probabilístico.

Para Parra (2003), un muestreo no probabilístico corresponde a procedimientos de selección de muestras en donde intervienen factores distintos al azar.

Para la presente investigación se trabajó bajo el muestreo no probabilístico de tipo discrecional o más comúnmente conocido como muestreo intencional. En este tipo de toma de muestras, los sujetos son elegidos para formar parte de la muestra con un objetivo específico. Con el muestreo discrecional, el investigador cree que algunos sujetos son más adecuados para la investigación que otros. Por esta razón, aquellos son elegidos deliberadamente como sujetos.

Para la selección de la muestra se trabajó con los puntos cardinales del municipio Montalbán y se eligió 10 habitantes del Norte, 10 del Sur, 10 del Este y 10 del Oeste para un total de 40 personas, que tienen características en común ya que se desenvuelven, habitan y conocen los sitios turísticos emblemáticos de la región.

Técnica de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos, son definidas por el autor Arias anteriormente citado, como el procedimiento o forma utilizada para obtener datos o información.

Dentro de este marco, la técnica que se empleó para recoger la información en la comunidad es la encuesta, que para Méndez (2011, p 252), es la recolección de información que se hace por medio de formularios, la cual permite el conocimiento de las motivaciones, el comportamiento y las opiniones de los individuos en relación con el objeto de investigación.

En cuanto a la aplicación de esta técnica, se realizó a los habitantes de la comunidad del sector centro del municipio Montalbán para saber el nivel de conocimientos que tienen sobre los sitios emblemáticos y la hipermedia.

Instrumento de recolección de datos.

Según Hurtado (2010, p 427) los instrumentos constituyen la vía mediante la cual es posible aplicar una determinada técnica de recolección de información.

Para la presente investigación se aplicó el cuestionario, que para el autor Arias anteriormente citado es: “la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas previamente preparadas en forma cuidadosa, susceptibles de analizar en relación al problema estudiado”.

Con referencia al cuestionario, está constituido por 34 preguntas cerradas, dicotómicas que tratan sobre la hipermedia además, de la ruta turística hipermedia y los lugares turísticos emblemáticos en cuestión, con opción de respuesta entre SÍ y NO la cual se aplicó a los habitantes del municipio Montalbán estado Carabobo. (Ver anexo No. 01)

Validez del instrumento

La validación de un instrumento es aquella que indica el grado con que pueden inferirse conclusiones a partir de los resultados obtenidos en este sentido un instrumento de

medición es válido cuando mide aquello a lo cual está destinado, al respecto Palella y Martins (2006) expresan que es la representación de la relación entre lo que se mide y aquello que realmente se quiere medir.

La validación del instrumento se realizó a través de juicios de expertos, Este método nos permite consultar un conjunto de personas en este caso, licenciados en educación, para validar el cuestionario sustentado en sus conocimientos, investigaciones, experiencia, estudios bibliográficos. Este grupo de expertos está constituido por los licenciados Wilmer Barico, José Terán y Gabriel Pinto los cuales determinaron la correspondencia de los ítems, redacción, correlación entre los objetivos, variable e indicadores entre otros aspectos. (Ver anexo No. 02, No. 3 Y No. 04)

Confiabilidad del instrumento

Es aquella que se expresa la precisión y consistencia con el instrumento de recolección de datos puede medir los rasgos a considerar al respecto, Palella y Martins lo definen como la ausencia de error aleatorio en un instrumento de recolección de datos.

Para determinar la confiabilidad del instrumento, se presenta la formula estadística de Kuder Richardson la cual es idónea para las preguntas dicotómicas y se presenta a continuación:

$$KR20 = \frac{(\sigma_e - \sum \sigma_r)}{\sigma_e} \times \frac{n}{(n-1)}$$

De acuerdo al análisis estadístico realizado a través de la fórmula de Kuder Richardson se pudo determinar que la Confiabilidad del instrumento propuesto es de 0,95 lo cual se considera alta. (Ver anexo No. 05)

Análisis e interpretación de datos

Tabulación de Datos.

Para la tabulación de los datos recolectados se procedió a través del programa Excel el cual, es un programa estadístico informático muy usado en las ciencias sociales y las empresas de investigación de mercado se procesaron agrupándolos, para luego reflejar los resultados obtenidos del cuestionario por ítems, a los cuales se les realizará un cálculo de sus respectivos porcentajes.

Este procedimiento permite obtener la información necesaria para darle respuesta a la problemática planteada, de tal manera que se organiza la información desde la electrónica.

Forma de Presentación de Datos.

La presentación de datos de esta investigación se organizó en gráficos de barra, los cuales son utilizados para representar la frecuencia en cada uno de los niveles de las variables de interés.

Al respecto se determinó utilizar esta representación de datos, ya que permite simbolizar los niveles de conocimientos de la comunidad sobre los sitios emblemáticos de la entidad.

Técnica de Análisis

Para el análisis e interpretación de los resultados, se empleó el análisis descriptivo el cual, permite analizar los gráficos con los datos obtenidos en el cuestionario, alcanzando respuestas con el fin de lograr el entendimiento de los datos.

Por medio de este análisis se evidenciaron los resultados del cuestionario con el fin de producir propuestas de solución para mejorar dificultades de la investigación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

A continuación, una vez ya aplicado el cuestionario se debe realizar la tabulación y análisis de los datos con la finalidad de llegar a conclusiones que permitan, entre otras cosas concretar y evidenciar, aspectos importantes en la propuesta para la incorporación del análisis del nivel de conocimientos que poseen los habitantes del municipio Montalbán estado Carabobo, sobre los recursos turísticos presentes en el municipio y la hipermedia además, de saber sus opiniones sobre la aplicación de una herramienta tecnológica que promocioe estos lugares.

El cuestionario fue considerado como la opción más adecuada para la recolección de datos, puesto que las modalidades de respuestas entre SÍ y NO condujeron a cubrir las expectativas que se tenían hacia los habitantes del mencionado Municipio, en cuanto al nivel de conocimientos teóricos que presentaban sobre los recursos turísticos y la hipermedia.

Así pues, los resultados del cuestionario se presentan en tablas de frecuencia y en diagramas de barras, a través de los cuales, los datos pueden ser apreciados en forma individual con el propósito de extraer conclusiones pertinentes y acertadas que argumenten la investigación.

TABLA No. 01

Objetivo general

Proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

Dimensión:

Recursos Turísticos Naturales

Ítems:

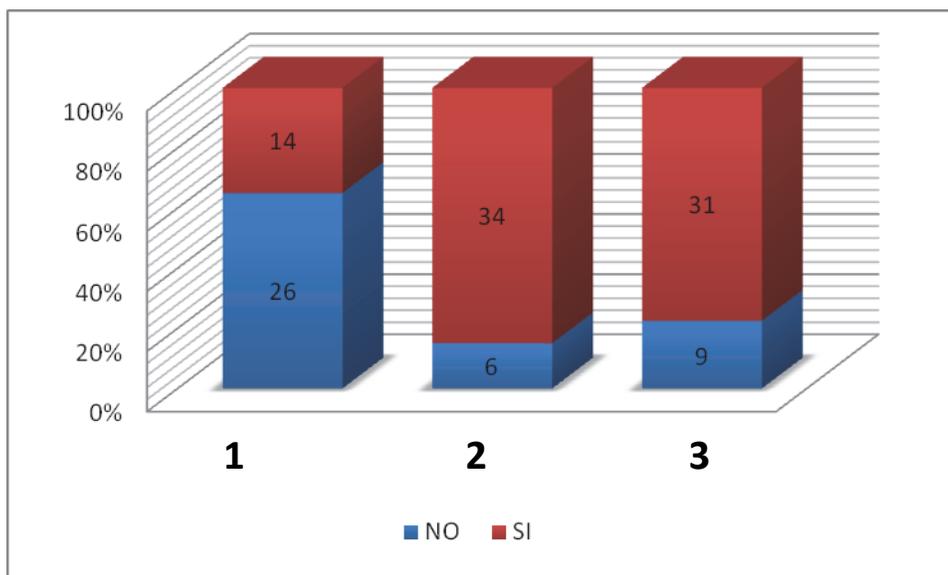
1. ¿Posee usted conocimientos sobre el tiempo que tiene plantado el árbol de Cotoperis que se encuentra frente a la Iglesia la Inmaculada Concepción?
2. ¿Sabe usted dónde se encuentra ubicado el Cerro el Peñón?
3. ¿Sabe usted la ubicación del Cerro la Copa?

TABLA No. 01

N* DE ÍTEMS	SÍ	%	NO	%	TOTAL
1	14	35%	26	65%	40
2	34	85%	6	15%	40
3	31	77,5%	9	22,5%	40

FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

GRÁFICO N. 01



FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

INTERPRETACIÓN:

Ítem 1: Como se puede apreciar en la gráfica del ítem No. 1, 14 personas objeto de muestra que representan 35% de la totalidad, respondió que sí saben los años que tiene plantado el Cotoperis en la plaza de la entidad mientras que, 26 personas que simbolizan 65% de la muestra contestó que no a la misma pregunta. De lo que se deduce, que la mayoría de los encuestados no poseen conocimientos sobre este árbol emblemático por lo cual, se presenta desconocimiento sobre el mismo. Debido a esto se propicia las condiciones y se justifica la aplicación de la ruta turística hipermedia para fomentar la historia además, de elevar el nivel de conocimiento sobre este recurso turístico mediante esta herramienta tecnológica.

Ítem 2: De acuerdo a los resultados obtenidos a través del cuestionario sobre el ítem No. 2, se logra evidenciar que 34 personas los cuales representan 85% de la muestra total, contestaron que sí saben dónde se encuentra ubicado el Cerro El Peñón no obstante, 6 personas que constituyen 15 % de la muestra respondieron que no sabían la ubicación del mismo, es decir, que la mayoría de los encuestados poseen conocimientos sobre este recurso importante para la entidad por lo que, aunque en este caso no se presente un alto nivel de desconocimiento en las personas objeto de muestra aún así, se puede implementar la ruta turística hipermedia para afianzar los conocimientos de aquellos que conocen sobre dicho recurso y enseñar a aquellos que desconocen el cerro en cuestión.

Ítem 3: Los resultados expresados en la gráfica No. 1 sobre el ítem No. 3, reflejan que 31 personas los cuales representan 77,5% de la muestra total respondieron que sí conocen la ubicación del Cerro La Copa sin embargo, 9 personas que simbolizan 22,5% de la muestra objeto de estudio de la investigación, contestaron que no conocían el lugar de ubicación de dicho cerro por lo que se considera, que la mayoría de los encuestados poseen conocimientos sobre la ubicación de este imponente cerro presente en la localidad por lo que, aun cuando no se manifiesta desconocimientos por parte de la mayoría de los encuestados se puede aplicar la herramienta propuesta debido a que, reforzaría los saberes

de los que conocen sobre el cerro en cuestión e instruiría a los que no conocen sobre dicho recurso turístico.

TABLA No. 02

Objetivo general

Proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

Dimensión:

Recursos Turísticos Naturales

Ítems:

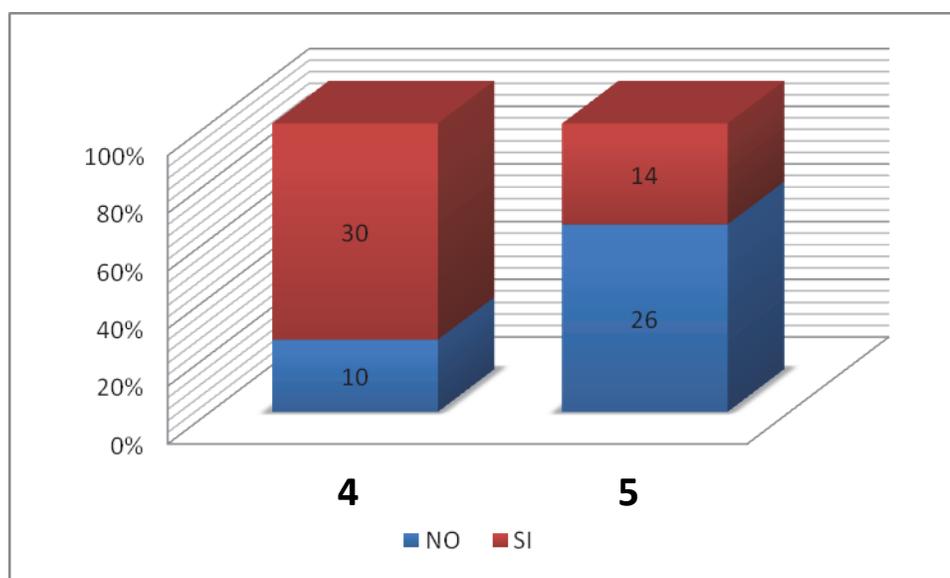
4. ¿Sabe usted sobre el acceso al parque Las Neveritas ubicada en las cercanías del Peñón?
5. ¿Posee usted conocimientos sobre la altura de la Altiplanicie la Mesa ubicada al norte del Cerro el Peñón?

TABLA No. 02

N* DE ÍTEMS	SÍ	%	NO	%	TOTAL
4	30	75%	10	25%	40
5	14	35%	26	65%	40

FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

GRÁFICO N*02



FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

INTERPRETACIÓN:

Ítem 4: Los resultados expresados en la gráfica del ítem No. 4, evidencian que 30 personas que representan 75% de la muestra total respondieron que sí saben el acceso al parque Las Neveritas mientras que, 10 personas que simbolizan 25% de los encuestados contestaron que no conocen el acceso al parque mencionado por lo que se demuestra, que gran parte de los habitantes objeto de muestra conocen el sitio en cuestión y en consecuencia aunque no se manifieste un alto nivel de desconocimiento es posible la implementación de la ruta turística hipermedia debido a que, a través de esta herramienta se puede enseñar a los que no conocen el recurso turístico en cuestión además, podrá fortalecer los conocimientos de quienes conocen dicho lugar.

Ítem 5: De acuerdo a los resultados correspondientes al ítem No. 5, de la muestra total 14 personas que constituyen 35% respondieron que sí saben la altura de la Altiplanicie La Mesa sin embargo, 26 personas que representan 65% de la muestra, contestaron que no a la misma pregunta de lo que se deduce, que la mayoría de los encuestados no saben la altura de este recurso turístico emblemático por lo que, en este caso se justifica la implementación de la ruta turística hipermedia debido a que existe un bajo nivel de conocimientos y en consecuencia se puede fomentar el aprendizaje sobre este atractivo natural presente en la entidad.

TABLA No. 03

Objetivo general

Proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

Dimensión:

Recursos Turísticos Culturales

Ítems:

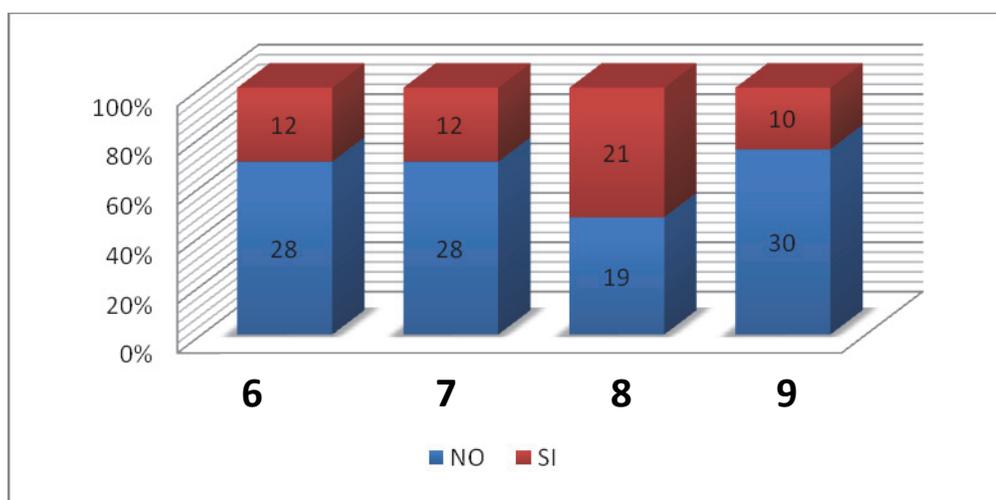
6. ¿Sabe usted la fecha en la que fue inaugurado el parador turístico El Portachuelo?
7. ¿Posee usted conocimientos sobre la altura de la imagen de la Virgen Negra que está ubicada en el parador turístico el Portachuelo?
8. ¿Sabe usted quién fue el escultor de la virgen tallada en un tronco de cedro, ubicada en la Caminería de la calle Bolívar?
9. ¿Posee usted conocimientos sobre el antiguo nombre de la que hoy en día se conoce en el Municipio como la Plaza Bolívar?

TABLA No. 03

N* DE ÍTEMS	SÍ	%	NO	%	TOTAL
6	12	30%	28	70%	40
7	12	30%	28	70%	40
8	21	52,5%	19	47,5%	40
9	10	25%	30	75%	40

FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

GRÁFICO No. 03



FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

INTERPRETACIÓN:

Ítem 6: Como se puede apreciar en la gráfica No. 03 sobre los resultados del ítem No. 6, 12 personas que corresponden 30 % de la muestra total contestaron que sí saben la fecha de inauguración del parador turístico El Portachuelo no obstante, 28 personas que simbolizan 70% de la muestra encuestada respondieron que no conocían la fecha de dicho parador de lo que se infiere, que gran parte de la muestra objeto de estudio desconocen la fecha de dicha inauguración. Debido que, para la implementación de la ruta turística hipermedia se debe presentar desconocimiento sobre los recursos turísticos de la entidad, en este caso se propician las condiciones para dicha aplicación de acuerdo al desconocimiento evidenciado por parte de la muestra en cuestión.

Ítem 7: Como se observa en la gráfica No. 3 sobre los resultados del ítem No. 07, 12 personas que constituyen 30% del objeto de muestra de la presente investigación, contestaron que sí conocen la altura de la imagen de la Virgen Negra que está ubicada en el parador turístico el Portachuelo mientras que, 28 personas que simbolizan 70% de dicha muestra respondieron que no conocían la altura de la misma de lo que se deduce, que la mayoría de los sujetos encuestados no conocen dicha altura, lo que establece un desconocimiento sobre dicho recurso turístico y en consecuencia se predisponen las condiciones para la aplicación de la ruta turística hipermedia ya que, se presenta un bajo nivel de conocimientos sobre el lugar en cuestión.

Ítem 8: De acuerdo a los resultados sobre el ítem No. 8 obtenidos a través del cuestionario, del objeto de muestra de la presente investigación 21 personas que simbolizan 52,5% contestaron que sí conocen quién fue el escultor de la virgen tallada en un tronco de cedro, ubicada en la Caminería de la calle Bolívar mientras que, 19 personas que representan 47,5% de dicha muestra desconocen el nombre del escultor de lo que se deduce, que aunque gran parte de los encuestados sabe quién fue el artista de esta emblemática imagen de la virgen aun así, se puede aplicar la herramienta debido a que la ruta afianzaría los conocimientos que poseen aquellos que conocen el recurso cultural además, instruiría a los que desconocen dicho atractivo turístico.

Ítem 9: Los resultados expresados en la gráfica No. 3 sobre el ítem No. 9, evidencian que 10 personas que representan 25% de la muestra objeto de estudio contestaron que sí saben el antiguo nombre de la que hoy en día se conoce en el Municipio como la Plaza Bolívar no obstante, 30 personas que simbolizan 75% de dicha muestra respondieron a la misma interrogante, que no conocían el antiguo nombre de lo que se deduce, que gran parte de las personas encuestadas objeto de muestra de la presente investigación no poseen conocimientos sobre el anterior nombre de esta plaza emblemática en la región, por lo que en este caso se justifica la implementación de la ruta turística hipermedia para lograr así fomentar en los habitantes, la historia de este recurso turístico emblemático presente en el Municipio.

TABLA No. 04

Objetivo general

Proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

Dimensión:

Recursos Turísticos Culturales

Ítems:

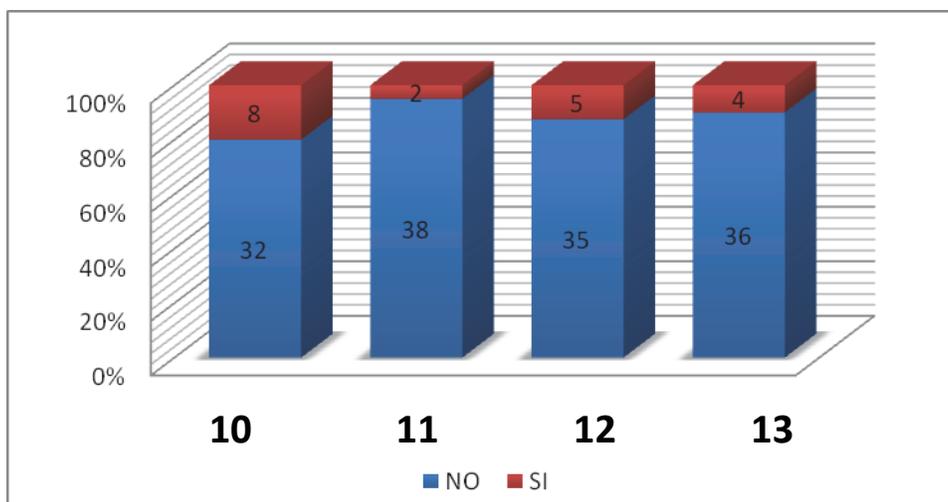
- 10. ¿Posee usted conocimientos sobre la fecha en la que fue construida la Iglesia la Inmaculada Concepción, ubicada en el centro del Municipio?
- 11. ¿Sabe usted el nombre de los constructores de la Iglesia la Inmaculada Concepción?
- 12. ¿Posee usted conocimientos sobre el año en que la imagen de Nuestra Señora de los Ángeles de Atocha- llamada con cariño la Virgen Negra, fue donada desde España para la Iglesia la Inmaculada Concepción?
- 13. ¿Sabe usted el nombre de la familia que donó la imagen de la Virgen Negra?

TABLA No. 04

N* DE ÍTEMS	SÍ	%	NO	%	TOTAL
10	8	20%	32	80%	40
11	2	5%	38	95%	40
12	5	12.5%	35	87,5%	40
13	4	10%	36	90%	40

FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

GRÁFICO No. 04



FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

INTERPRETACIÓN:

Ítem 10: Como se puede apreciar en los resultados del ítem No. 10 expresados en la gráfica No. 04, 8 personas que constituyen 20% de la muestra total respondieron que sí conocían la fecha en la que fue construida la Iglesia la Inmaculada Concepción, ubicada en el centro del Municipio mientras que, 32 personas que simbolizan 80% de dicha muestra contestaron que no sabían la fecha de inauguración de la iglesia en cuestión, por lo que en este caso se demuestra, el desconocimiento de los sujetos sobre este recurso emblemático de la entidad y en consecuencia se propicia las condiciones para la implementación de la ruta turística hipermedia debido a que, se presenta la oportunidad de elevar el nivel de conocimientos además de fomentar la historia del lugar con la herramienta tecnológica propuesta.

Ítem 11: De acuerdo a los resultados expresados en la gráfica No. 04 sobre el ítem No. 11, se puede apreciar que 2 personas que simbolizan 5% de la muestra total contestaron que sí conocen el nombre de los constructores de la Iglesia la Inmaculada Concepción mientras que, 38 personas que representan 95% de dicha muestra respondieron a la misma interrogante, que no saben quiénes fueron los constructores de la iglesia, por lo que se considera que gran parte de los encuestados no poseen conocimientos sobre la construcción del mencionado recurso emblemático en este caso, se justifica la aplicación de la ruta turística hipermedia por presentarse un bajo nivel de conocimientos sobre el atractivo turístico cultural en cuestión.

Ítem 12: Los resultados expresados en la gráfica No. 4 correspondientes al ítem No. 12, evidencian que 5 personas que simbolizan 12,5% de la muestra total, contestaron que sí conocen el año en que la imagen de Nuestra Señora de los Ángeles de Atocha- llamada con cariño la Virgen Negra, fue donada desde España para la Iglesia la Inmaculada Concepción no obstante, 35 personas que representan 87,5% de dicha muestra respondieron que desconocían la fecha en la que se donó dicha imagen por lo que se interpreta, que gran parte del las personas objeto de estudio, no saben la fecha en la que está familia donó la imagen que es muy significativa para la entidad y en consecuencia, se propician las condiciones

para la implementación de la herramienta tecnológica propuesta debido a que, existe desconocimiento sobre este recurso turístico cultural y posible elevar el conocimiento sobre dicha imagen de la Virgen Negra.

Ítem 13: De las evidencias expresadas en el gráfico No. 04 sobre el ítem No. 13, se observa que 4 personas que representan 10% de la muestra total respondieron que sí conocen el nombre de la familia que donó la imagen de la Virgen Negra sin embargo, 36 personas que simbolizan 90% de dicha muestra contestaron que no sabían sobre la procedencia de esta imagen de lo que se deduce, que gran parte de los encuestados desconocen el nombre de esta familia española que donó dicha imagen de la Virgen Negra, por lo que en este caso se evidencia la necesidad de la aplicación de la ruta turística hipermedia debido a que mediante esta herramienta tecnológica se podrá fomentar la historia y elevar el nivel de conocimientos sobre este recurso cultural tan importante para la entidad.

TABLA No. 05

Objetivo general

Proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

Dimensión:

Recursos Turísticos Culturales

Ítems:

14. ¿Posee usted conocimientos sobre dónde se encuentran ubicadas el grupo de casas coloniales presentes en el Municipio?

15. ¿Sabe usted la cantidad de casas de estilo colonial que se encuentran en el Municipio?

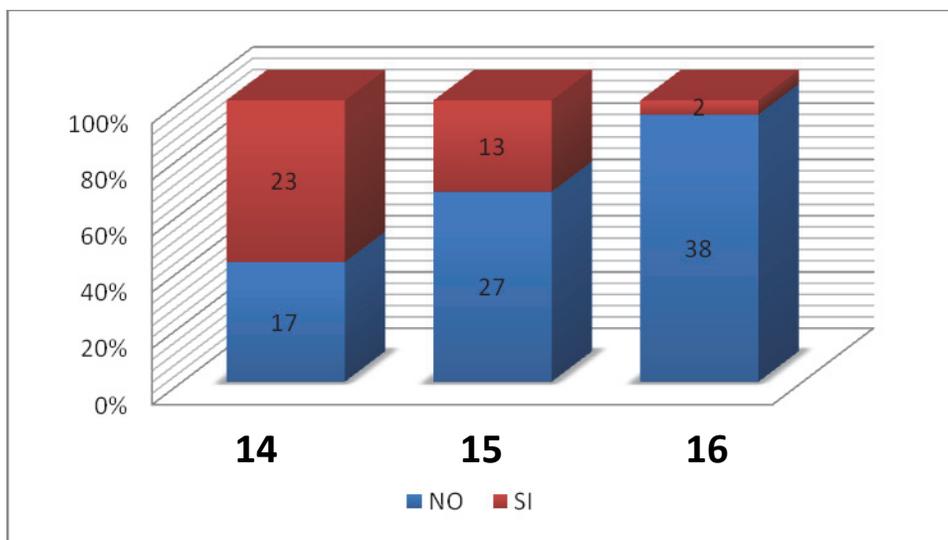
16. ¿Sabe usted el año en que fueron construidas las casas coloniales presentes en el Municipio?

TABLA N. 05

N* DE ÍTEMS	SÍ	%	NO	%	TOTAL
14	23	57,5%	17	42,5%	40
15	13	32,5%	27	67,5%	40
16	2	5%	38	95%	40

FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

GRÁFICO No. 05



FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

INTERPRETACIÓN:

Ítem 14: Como se puede apreciar en la gráfica No. 05 los resultados del cuestionario sobre el ítem No. 14 arrojaron que , 23 personas que constituyen 57,5% respondieron que sí saben dónde se encuentran ubicadas el grupo de casas coloniales presentes en el Municipio mientras que, 17 personas que simbolizan 42,5% del objeto de estudio contestaron que no sabían la ubicación de dichas casas de lo que se deduce, que aunque gran parte de las personas que son objeto de muestra de la presente investigación, saben la ubicación de las casas coloniales presentes en el Municipio no obstante, se podría aplicar la ruta turística hipermedia para reforzar los conocimientos de aquellos que conocen las casas en cuestión e instruir a los que desconocen dichos recursos turísticos.

Ítem 15: Los resultados expresados en la gráfica No. 05 correspondientes al ítem No. 15, evidencian que 13 personas que representan 32,5% de la muestra encuestada contestaron que sí conocen la cantidad de casas de estilo colonial que se encuentran en el Municipio mientras que, 27 personas que constituyen 67,5% de dicha muestra respondieron que no saben cuántas casas están presentes en la entidad por lo que se interpreta, que gran parte de los encuestados desconocen la cantidad de casas coloniales presentes en la entidad y en consecuencia, en este caso se predisponen las condiciones para la aplicación de la ruta turística hipermedia debido a que existe desconocimiento y mediante esta herramienta tecnológica se podrá elevar el nivel de conocimientos sobre el recurso turístico en cuestión.

Ítem 16: De acuerdo a los resultados expresados en la gráfica No. 05 correspondientes al ítem No. 16, 2 personas que representan 5 % de la muestra total respondieron que sí saben el año en que fueron construidas las casas coloniales presentes en el Municipio sin embargo, 38 personas que simbolizan 95% de dicha muestra contestaron que no conocen el año de construcción de las mismas, por lo que se manifiesta que gran parte de las personas encuestadas no saben sobre la fecha de construcción de las casas coloniales presentes en la entidad y en consecuencia, en este caso se argumenta la ejecución de la ruta turística hipermedia para lograr así fomentar la historia y elevar los conocimientos que poseen los habitantes del Municipio sobre este recurso turístico cultural.

TABLA No .06

Objetivo general

Proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

Dimensión:

Recursos Turísticos Culturales

Ítems:

17. ¿Posee usted conocimientos sobre la existencia en el Municipio, de signos grabados en las piedras por los indígenas a los que se llaman petroglifos?

18. ¿Sabe usted la ubicación de los Estanques de Añil en los que años atrás, se utilizaba para procesar la planta de añil?

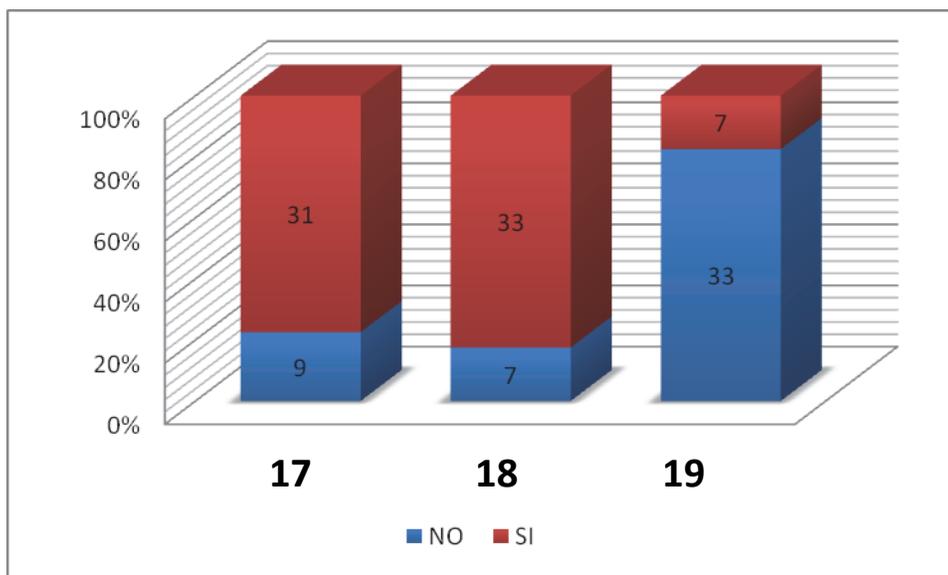
19. ¿Posee usted conocimiento sobre los años en los que estuvo activa la Planta de Añil?

TABLA No. 06

N* DE ÍTEMS	SÍ	%	NO	%	TOTAL
17	31	77,5%	9	22,5%	40
18	33	82,5%	7	17,5%	40
19	7	17,5%	33	82,5%	40

FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

GRÁFICO No. 06



FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

INTERPRETACIÓN:

Ítem 17: Como se puede apreciar los resultados en la gráfica No. 06 del ítem No. 17, exponen que 31 personas que simbolizan 77,5% de la muestra total contestaron que sí conocen la existencia en el Municipio, de signos grabados en las piedras por los indígenas a los que se llaman petroglifos no obstante, 9 personas que constituyen 22,5% de dicha muestra respondieron que no saben de la existencia de estos signos por lo que se deduce, que aunque gran parte de las personas objeto de muestra saben sobre la presencia de estos signos que exponen la historia indígena del Municipio aun así, se podría implementar la ruta turística hipermedia debido a que esta herramienta brindaría conocimientos sobre este recurso cultural a aquellos que lo desconocen y fortalecería los saberes de los que sí conocen dicho atractivo turístico.

Ítem 18: Los resultados expresados en la gráfica No. 06 correspondiente al ítem No. 18, dejan en evidencia que 33 personas que constituyen 82,5% de la muestra total respondieron que sí saben la ubicación de los Estanques de Añil en los que años atrás, se utilizaba para procesar la planta de añil mientras que, 7 personas que simbolizan 17,5% de dicha muestra contestaron que no conocían la ubicación de la misma de lo que se interpreta, que aunque gran parte de las personas objeto de muestra de la presente investigación saben sobre la ubicación de esta planta que es un legado histórico de la entidad no obstante, se podría aplicar la ruta turística hipermedia para así lograr afianzar los conocimientos que poseen aquellos que ya conocen el recurso cultural e instruir a los que desconocen lugar.

Ítem 19: De acuerdo a los resultados del cuestionario realizado a la muestra tomada de los habitantes de la comunidad sobre el ítem No. 19 expresados en la gráfica No. 06, 7 personas que constituyen 17,5% contestaron que sí saben los años en los que estuvo activa la Planta de Añil mientras que, 33 personas que simbolizan 82,5% de dicha muestra respondieron que no saben la fecha en las que estuvo activa dicha planta lo que significa, que gran parte de los encuestados no saben sobre el tiempo en el que estuvo operativa esta planta de añil en la entidad por lo que en este caso, se evidencia la necesidad de la aplicación de la ruta turística hipermedia debido a que mediante esta herramienta

tecnológica se podrá fomentar la historia y elevar el nivel de conocimientos sobre este recurso cultural tan importante para la entidad

TABLA No. 07

Objetivo general

Proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

Dimensión:

Tipos de Hipermedia

Ítems:

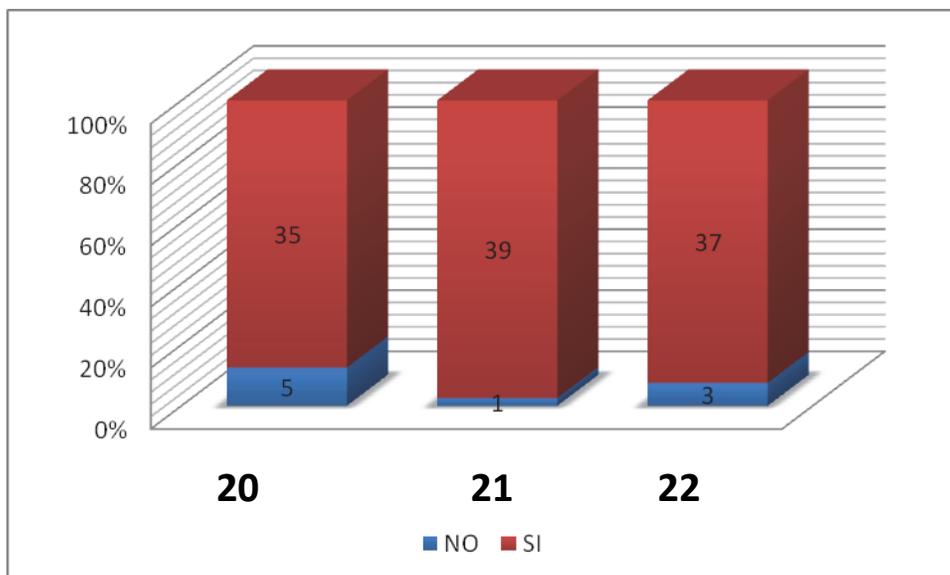
- 20. ¿Sabe usted qué en un computador puede consultar diversos textos?
- 21. ¿Sabe usted que a través de un computador puede ver videos?
- 22. ¿Sabe usted que a través del computador puede unir texto, video, imagen y audio para tener información sobre diversos temas?

TABLA No. 07

N* DE ÍTEMS	SÍ	%	NO	%	TOTAL
20	35	87,5%	5	12,5%	40
21	39	97,5%	1	2,5%	40
22	37	92,5%	3	7,5%	40

FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

GRÁFICO No. 07



FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

INTERPRETACIÓN:

Ítem 20: Como se puede apreciar en la gráfica No. 07 los resultados correspondientes al ítem No. 20 expresan que, 35 personas que simbolizan 87,5% de la muestra total, contestaron que sí sabían qué en un computador se puede consultar diversos textos mientras que, 5 personas que constituyen 12,5% de dicha muestra respondieron que no sabían que a través de un computador se puede consultar textos de lo que se deduce, que gran parte de los encuestados poseen conocimientos computacionales, en cuanto al tipo de hipermedia llamado hipertexto, que es la consulta de diferentes temas mediante el texto o escritura en una computadora, por lo que en este caso es viable la aplicación de la ruta turística debido a que este tipo de hipermedia está incluido en el diseño de la herramienta tecnológica y de acuerdo a los resultados, la mayoría de los encuestados tienen conocimientos sobre la consulta de temas a través del computador.

Ítem 21: Los resultados expresados en la gráfica No. 07 sobre el ítem No. 21, exponen que 39 personas que representan 97,5% de los encuestados contestaron que sí saben que a través de un computador se puede ver videos mientras que, 1 persona que simboliza 2,5% de la muestra total respondió que no saben que a través del computador se visualizan videos por lo que se evidencia, que gran parte de los encuestados poseen conocimientos sobre Hiperfilmes el cual, constituye un tipo de hipermedia presente en la ruta turística, en el que se visualizan videos a través de un computador en consecuencia, se propician las condiciones para la aplicación de la herramienta tecnológica debido a que la mayoría de los encuestados saben el uso del computador en cuanto al video.

Ítem 22: De acuerdo a los resultados expresados en la gráfica No. 07 sobre el ítem No. 22, 37 personas que simbolizan 92,5% de la muestra encuestada, respondió que sí saben que a través del computador puede unir texto, video, imagen y audio para tener información sobre diversos temas sin embargo, 3 personas que representan 7,5% de dicha muestra contestaron que no sabían la unión de estas virtudes lo que manifiesta, que gran parte de las personas objeto de estudio poseen conocimientos sobre uno de los tipos de hipermedia llamado hipergrama la cual, es la unión de texto, video, imagen y audio por lo que, se justifica la aplicación de la herramienta tecnológica debido a que la mayoría de los

encuestados saben de dicha unión y al momento de interactuar con la ruta turística tendrán los conocimientos tecnológicos básicos.

TABLA No. 08

Objetivo general

Proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

Dimensión:

Ventajas de la hipermedia

Ítems:

23. ¿Considera usted que mostrando en el computador la información con texto, imagen, video y audio se podría entender mejor la historia de los recursos turísticos del Municipio?

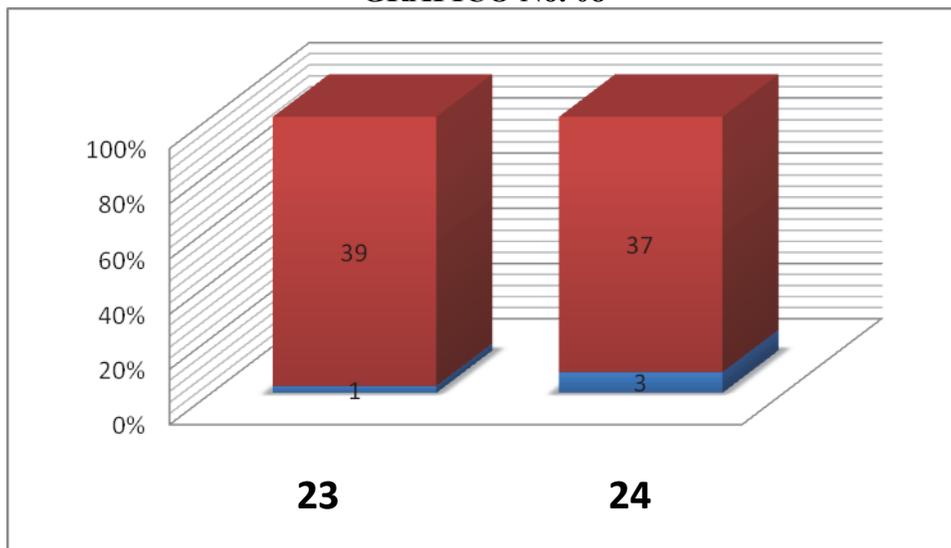
24. ¿Piensa usted que una herramienta tecnológica de fácil entendimiento sería un buen medio para fomentar los recursos turísticos del Municipio?

TABLA No. 08

N* DE ÍTEMS	SÍ	%	NO	%	TOTAL
23	39	97,5%	1	2,5%	40
24	37	92,5%	3	7,5%	40

FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

GRÁFICO No. 08



FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

INTERPRETACIÓN:

Ítem 23: Como se puede observar en los resultados de la gráfica No. 08 sobre el ítem No. 23, 39 personas que simbolizan 97,5% de la muestra encuestada, respondieron que sí se podría entender mejor la historia de los recursos turísticos del Municipio mostrando en el computador la información con texto, imagen, video y audio mientras que, 1 persona que constituye el 2,5% de dicha muestra contestó que no se podría entender mejor el tema con los recurso antes nombrados por lo que, debido a que la mayoría de los encuestados piensan que es mejor brindar la información mediante estos recursos y que la ventaja de informar proviene de la hipermedia la cual, también está presente en la ruta turística, es que se justifica la implementación de esta herramienta tecnológica porque a través de ella, se lograra informar a los habitantes de la comunidad y de las regiones cercanas sobre los atractivos que posee la entidad.

Ítem 24: De acuerdo a los resultados expuestos en la gráfica No. 08 sobre el ítem No. 24, se evidencia que 37 personas que constituyen 92,5% de la muestra total contestaron que sí piensan que una herramienta tecnológica de fácil entendimiento sería un buen medio para fomentar los recursos turísticos del Municipio mientras que, 3 personas que simbolizan 7,5% de dicha muestra respondieron que no creen que dicha herramienta tecnológica fomente los lugares turísticos lo que manifiesta, que gran parte de la muestra encuestada piensa que la aplicación de un recurso tecnológico de fácil entendimiento sería un buen método para fomentar los sitios emblemáticos de la entidad por lo que en este caso, se evidencia que debido a que la hipermedia tiene como ventaja que es una herramienta de fácil entendimiento además, que la mayoría de las personas objeto de muestra piensan que si les gustaría aprender sobre los recursos mediante una herramienta que cuente con esta ventaja y que la ruta incluye esta virtud, es que se justifica la implementación de la herramienta tecnológica propuesta, por exponer la historia y fomentar los sitios turísticos mediante recursos de fácil entendimiento.

TABLA No. 09

Objetivo general

Proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

Dimensión:

Características de la Ruta turística Hipermedia

Ítems:

25. ¿Piensa usted que mediante una herramienta tecnológica se podrá lograr la promoción del recurso turístico del Municipio?

26. ¿Piensa usted que a través de una forma de aprendizaje audio-visual (imagen, sonido, texto) se facilita el entendimiento de la historia de los recursos turísticos presentes en el Municipio?

27. ¿Piensa usted que la ruta turística hipermedia al ser una herramienta de fácil manejo, puede facilitar las visitas hacia los recursos turísticos?

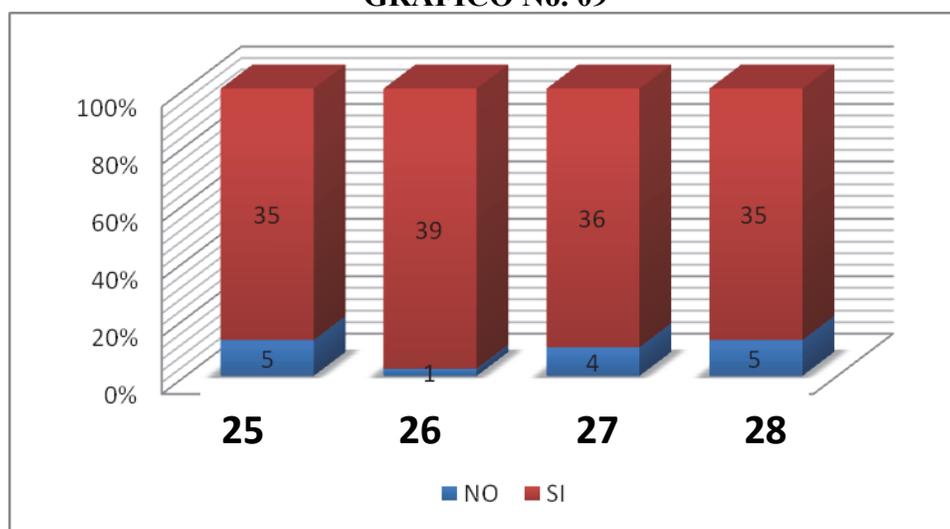
28. ¿Piensa usted que podría llegar a entender con más facilidad la historia de los recursos turísticos del Municipio a través de la unión de los sentidos vista y Oído?

TABLA No. 09

N* DE ÍTEMS	SÍ	%	NO	%	TOTAL
25	35	87,5%	5	12,5%	40
26	39	97,5%	1	2,5%	40
27	36	90%	4	10%	40
28	35	87,5%	5	12,5%	40

FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

GRÁFICO No. 09



FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

INTERPRETACIÓN:

Ítem 25: Como se observa en la gráfica No. 09 los resultados del ítem No. 25 reflejan que, 35 personas que constituyen 87,5% de la muestra total contestaron que sí piensan que mediante una herramienta tecnológica se podrá lograr la promoción de los recursos turísticos del Municipio mientras que, 5 personas que simbolizan 12,5% de dicha muestra respondieron que no creen que mediante esta herramienta se logre promocionar dichos lugares lo que manifiesta, que gran parte de los encuestados piensan que con la aplicación de una herramienta tecnológica se promocionará los recursos emblemáticos presentes en el Municipio y debido a que la ruta turística hipermedia es considerada una herramienta tecnológica es que se propician las condiciones para la implementación de la misma ya que, se evidencia la futura aceptación de la propuesta para que logre promocionar estos atractivos naturales y culturales presentes en la entidad.

Ítem 26: De acuerdo a los resultados expuestos sobre el ítem No. 26 en la gráfica No. 09, 39 personas que simbolizan 97,5% de la muestra total contestaron que sí se facilita el entendimiento de la historia de los recursos turísticos presentes en el Municipio a través de una forma de aprendizaje audio-visual (imagen, sonido, texto) mientras que, 1 personas que constituye 2,5% de dicha muestra contestó que no se facilita el entendimiento a través de esos recursos por lo que se interpreta, que gran parte de los encuestados consideraron que se lograría obtener un buen entendimiento de la cultura del Municipio a través de la aplicación de estos recursos tecnológicos por lo que se evidencia, que es posible y se justifica la implementación de la ruta turística hipermedia debido a que esta herramienta cuenta con el texto, imagen, y audio para la narración de la historia y exposición del atractivo visual de los recursos turísticos emblemáticos de la entidad.

Ítem 27: Los resultados expuestos en la gráfica No. 09 sobre el ítem No. 27, dejan en evidencia que 36 personas que representan 90% de los encuestados respondieron que la ruta turística hipermedia al ser una herramienta de fácil manejo, sí puede facilitar las visitas hacia los recursos turísticos mientras que, 4 personas que simbolizan 10% de la muestra total contestaron que esta herramienta no podrá facilitar las visitas a dichos lugares de lo que se deduce, que la ruta turística hipermedia al ser una herramienta de fácil manejo, debido a que solo un clip separa al usuario de los contenidos allí encontrados, muchas

personas van a emplear la herramienta y como resultado van a saber del atractivo visual y la riqueza histórica de estos recursos turísticos de la región lo cual, sería un factor de motivación para que los turistas o excursionistas visiten la entidad con la intención de ver y vivir la experiencia del lugar

Ítem 28: Como se puede apreciar en la gráfica No. 09 sobre los resultados del ítem No. 28, 35 personas que constituyen 87,5% de la muestra encuestada contestó que sí podría llegar a entender con más facilidad la historia de los recursos turísticos del Municipio a través de la unión de los sentidos vista y Oído mientras que, 5 personas que simbolizan 12,5% de la muestra total respondió que no necesita la unión de estos sentidos para entender mejor la historia de esta entidad lo que significa, que gran parte de los encuestados piensa que sí se entendería mejor mediante estas percepciones y en consecuencia se justifica la implementación de la ruta turística hipermedia debido a que es una herramienta en la que se unen los sentidos de la vista, para exponer el atractivo visual de los recursos, y el oído para escuchar la narración de la historia de dichos lugares.

TABLA No. 10

Objetivo general

Proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

Dimensión:

Funciones de la Ruta turística hipermedia

Ítems:

29. ¿Piensa usted que mediante la implementación de la ruta turística hipermedia se puede promocionar los recursos turísticos presentes en el Municipio?

30. ¿Piensa usted que a través de la ruta turística hipermedia se puede proporcionar conocimientos conceptuales e históricos sobre los recursos turísticos?

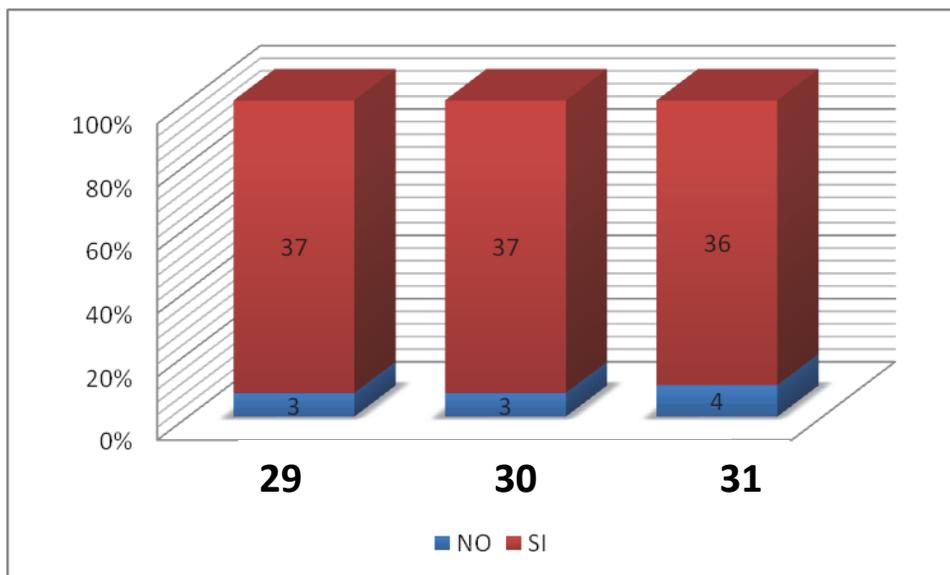
31. ¿Piensa usted que a través de la ruta turística hipermedia se puede dinamizar el conocimiento sobre los recursos turísticos desde la tecnología mediante audio-visual?

TABLA No. 10

N* DE ÍTEMS	SÍ	%	NO	%	TOTAL
29	37	92,5%	3	7,5%	40
30	37	92,5%	3	7,5%	40
31	36	90%	4	10%	40

FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

GRÁFICO No. 10



FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

INTERPRETACIÓN:

Ítem 29: De acuerdo a los resultados expresados en la gráfica No. 10 sobre el ítem No. 29, se evidencia que 37 personas que representan 92,5% de la muestra total contestaron que mediante la implementación de la ruta turística hipermedia, sí se puede promocionar los recursos turísticos presentes en el Municipio sin embargo, 3 personas que simbolizan 7,5% del objeto de muestra respondieron que a través de esta herramienta no se podrá promocionar estos lugares de lo que se deduce que, la mayoría de los encuestados piensan que si se promocionará dichos lugares mediante la herramienta tecnológica y debido a la evidente futura aceptación de la propuesta, para que esta logre promocionar los atractivos de la entidad, es que se propician las condiciones para la aplicación de la ruta.

Ítem 30: Los resultados expuestos sobre el ítem No. 30 expresados en la gráfica No. 10, evidencian que 37 personas que simbolizan 92,5% de la muestra encuestada respondieron que a través de la ruta turística hipermedia, sí se puede proporcionar conocimientos conceptuales e históricos sobre los recursos turísticos mientras que, 3 personas que constituyen 7,5% de la muestra total contestaron que mediante esta herramienta no se proporciona conocimientos de lo que se deduce, que aunque la ruta turística hipermedia es una herramienta práctica, dinámica y entretenida, brinda conocimientos mediante la narración de la historia del lugar al mismo tiempo que expone el atractivo visual del recurso turístico y el usuario podrá instruirse al emplear esta herramienta de aprendizaje por lo que en este caso, se propician las condiciones para la implementación de la ruta turística hipermedia debido a la futura aceptación de la propuesta.

Ítem 31: Como se evidencia en los resultados expresados sobre el ítem No. 31 en la gráfica No. 10, 36 personas que representan 90% de la totalidad de la muestra contestó que a través de la ruta turística hipermedia, sí se puede dinamizar el conocimiento sobre los recursos turísticos desde la tecnología mediante lo audio-visual sin embargo, 4 personas que simbolizan 10% de dicha muestra respondieron que no se puede dinamizar el conocimiento con la herramienta propuesta por lo que se manifiesta, que gracias a la naturaleza dinámica, practica de la ruta turística hipermedia y que engloba dos

percepciones importantes para el ser humano las cuales, son la vista y el oído además, de acuerdo a que la mayoría de las personas objeto de muestra respondieron que se dinamiza el conocimiento a través de dichos sentidos es que se justifica, la implementación de la herramienta tecnológica presentada en el presente estudio.

TABLA No. 11

Objetivo general

Proponer una ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.

Dimensión:

Ventajas de la Ruta turística Hipermedia.

Ítems:

¿Piensa usted que al mostrar mediante fotos, videos y audios los recursos turísticos del Municipio se logrará promocionar las visitas hacia estos lugares?

¿Piensa usted que sería buena idea implementar una herramienta que apoye la conservación de los recursos turísticos del Municipio?

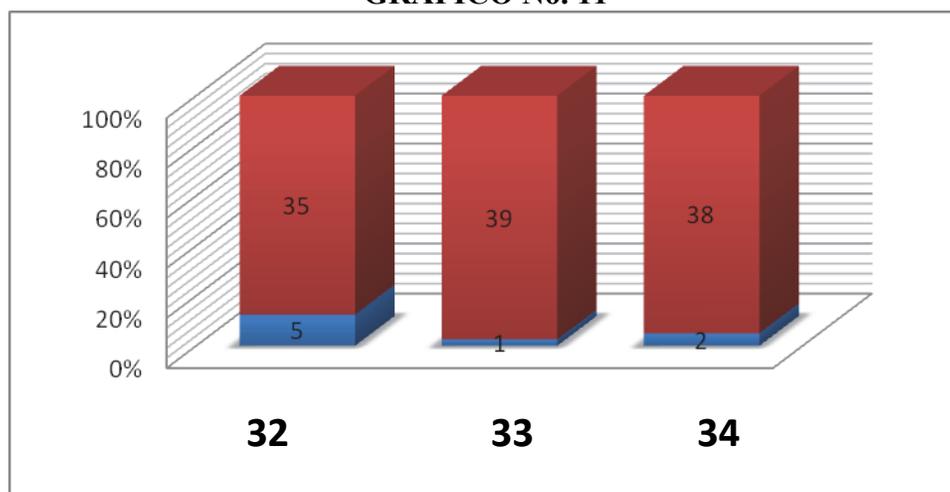
¿Piensa usted que le gustaría manejar una herramienta en cualquier computadora y que ésta le brinde entretenimiento basados en los recursos turísticos del Municipio?

TABLA No. 11

N* DE ÍTEMS	SÍ	%	NO	%	TOTAL
32	35	87,5%	5	12,5%	40
33	39	97,5%	1	2,5%	40
34	38	95%	2	5%	40

FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

GRÁFICO No. 11



FUENTE: Matute y Granadillo, 2015

INTERPRETACIÓN:

Ítem 32: De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario sobre el ítem No. 32, 35 personas que simbolizan 87,5% de la muestra total respondieron que sí se logrará promocionar las visitas hacia estos lugares al mostrar mediante fotos, videos y audios los recursos turísticos del Municipio no obstante, 5 personas que constituyen 12,5% de los habitantes encuestados contestaron que no se promocionarán con estos recursos por lo que se interpreta, que debido a que la ruta turística hipermedia es una herramienta en la que se puede ver las fotos, videos y escuchar la narración de la historia de los recursos turísticos y tomando en cuenta que, la mayoría de las personas encuestadas piensan que mediante estos tres recursos tecnológicos se lograra promocionar las visitas, es que se justifica la implementación de dicha herramienta en la entidad.

Ítem 33: Como se observa en la gráfica No. 11 en cuanto al ítem No. 33, 39 personas que simbolizan 97,5% de la totalidad de la muestra encuestada respondieron que sí sería buena idea implementar una herramienta que apoye la conservación de los recursos turísticos del Municipio mientras que, 1 persona que representa 2,5% de dicha muestra contestó que no sería buena idea la aplicación de la herramienta por lo que se deduce, gran parte de las personas objeto de muestra de la presente investigación piensan que sería provechosa aplicar una herramienta que favorezca la conservación del lugar y en consecuencia se justifica la ejecución de la ruta turística hipermedia debido que, es una herramienta que expone la historia y la belleza del lugar por lo que los usuarios al ver y saber sobre los antecedentes del sitio adoptarán sentido de pertenencia y se logrará conservar dicho recurso turístico.

Ítem 34: Los resultados expuestos en la gráfica No. 11 sobre el ítem No. 34, evidencian que 38 personas que simbolizan 95% de la muestra encuestada contestó que sí les gustaría manejar una herramienta en cualquier computadora y que ésta le brinde entretenimiento basados en los recursos turísticos del Municipio mientras que, 2 personas que representan 5% de dicha muestra respondieron que no les gustaría manejar la herramienta con entretenimiento de los lugares turísticos de la entidad, por lo que se justifica la implementación de la herramienta tecnológica debido a que la mayoría de los habitantes

objeto de muestra les sería agradable manipular la ruta turística hipermedia ya que, es una herramienta que entretiene auditiva y visualmente basándose en los recursos turísticos del Municipio.

CONCLUSIONES

Ante la inminente relevancia que ha adquirido a nivel mundial los asuntos tecnológicos y culturales, los cuales se involucran a través del sector turístico, surge la necesidad de explorar estos ámbitos en el municipio Montalbán estado Carabobo a través de una herramienta tecnológica denominada ruta turística hipermedia. De allí que, partiendo de las observaciones de la realidad existente, revisión de la documentación pertinente, estructuración de la fundamentación teórica, así como la recolección de los datos mediante el cuestionario y el consecuente análisis e interpretación de la información obtenida de este instrumento, se concluye que:

- Los habitantes, objeto de muestra, del municipio Montalbán; Estado Carabobo, no poseen conocimientos sobre algunos recursos turísticos naturales y culturales presente en la región, lo cual pone de manifiesto que se puede aplicar la herramienta propuesta ya que mediante ésta se reforzarán los saberes que ya poseen sobre los recursos emblemáticos de la entidad.
- Una parte considerable de los habitantes del municipio Montalbán; Estado Carabobo poseen conocimientos sobre los recursos turísticos naturales y culturales presente en la región, sin embargo, a través de la implementación de una ruta turística hipermedia se incrementarían los saberes y fortalecerían los conocimientos de dichos habitantes.
- Los habitantes objeto de muestra, del municipio Montalbán; Estado Carabobo tienen una alta inclinación hacia el conocimientos a través de la consulta de texto y visualización de videos, lo cual, representa los tipos y ventajas de la hipermedia, por

lo que se interpreta que es posible la implementación de una herramienta tecnológica en la entidad.

- De acuerdo a los resultados obtenidos por los habitantes objeto de muestra, sobre la implementación de la ruta turística hipermedia un alto porcentaje manifestó su receptividad positiva hacia la aplicación y manejo de la herramienta tecnológica propuesta para el fomento y promoción de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el Municipio.
- Gracias a la naturaleza dinámica y práctica de la ruta turística hipermedia la cual engloba dos sentidos importantes para el ser humano las cuales son la vista y el oído, se logrará promocionar la visita y conservación de los recursos turísticos del Municipio al mostrar mediante fotos, videos y audios sobre los mismos.

DISEÑO DE LA PROPUESTA

RUTA HIPERMEDIA PARA EL FOMENTO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS EMBLEMÁTICOS PRESENTES EN EL MUNICIPIO MONTALBÁN ESTADO CARABOBO.

Introducción

La tecnología es una herramienta clave que permite interactuar y comunicarse a nivel global; la falta de fomento de los recursos turísticos que existe en el municipio Montalbán del estado Carabobo, constituye la oportunidad de poner en práctica nuevas alternativas de solución, haciendo uso de las herramientas informáticas así mismo, antela evolución de las técnicas computacionales surge la necesidad de diseñar la “Ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo” con el fin de dar a conocer la historia de estos sitios a los habitantes de la comunidad y lugares adyacentes además, de posicionarlos como atractivos turísticos.

La Ruta Turística Hipermedia, está diseñada para cubrir las necesidades de información sobre los recursos turísticos emblemáticos de Montalbán hacia los usuarios internos y externos de la entidad desde una visión tecnológica a través del programa MovieMaker el cual, es un software de edición que contiene características que van de la mano con los elementos teóricos de la hipermedia, es decir, permite la unión del texto, imágenes, audio y video.

Objetivo general

Promocionar los sitios turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo a través de la ruta turística hipermedia.

Descripción de la situación actual

Con respecto a la situación actual del Municipio, primeramente en éste se evidencia el desconocimiento de los recursos turísticos emblemáticos de la entidad tanto por sus habitantes como por las personas que viven en las adyacencias de la región.

Al mismo tiempo en el Municipio en cuestión, se manifiesta la falta de aplicación de herramientas didácticas para la exposición de la historia de estos recursos turísticos emblemáticos, debido a que se dictan charlas pero sin la interacción con los participantes por lo que hace tedioso el estudio de los mismos.

De igual manera, se revela la falta de promoción de los lugares turísticos en cuestión, hacia los propios habitantes como a los ciudadanos que no pertenecen a la entidad, dejando así en evidencia la necesidad de divulgar los atractivos autóctonos del Municipio.

Como resultado de la realidad anteriormente detallada, es que surge la implementación de la Ruta Turística Hipermedia, como herramienta para mejorar la condición expuesta y dar un resultado positivo al desconocimiento, falta de didáctica y poca promoción de los recursos emblemáticos del Municipio.

Justificación

En relación con las implicaciones que argumentan la Ruta Turística Hipermedia, se puede mencionar que el diseño de la herramienta se lleva a cabo para cubrir las necesidades primeramente de desconocimiento existente en los habitantes de la entidad sobre la historia de los recursos turísticos del Municipio además, mediante esta herramienta se podrá afianzar los saberes de aquellos que poseen conocimientos sobre dichos lugares.

Seguidamente, la propuesta se desarrolló para lograr promocionar los lugares turísticos del Municipio y así convertirlo en un atractivo tanto para los habitantes de la región como para las personas provenientes de los lugares aledaños a la entidad.

Otra argumentación que se debe mencionar en la presente propuesta, es que la Ruta Turística Hipermedia se realizó para lograr que los habitantes que residen en la entidad

obtengan saberes desde una perspectiva dinámica donde puedan interactuar con la herramienta y aprender sobre la historia de dichos recursos turísticos.

Propósito

El propósito fundamental de la propuesta de diseño de la ruta turística hipermedia se basa en los aspectos siguientes:

- Social: mediante el desarrollo de esta herramienta se puede lograr un cambio social debido a que los conocimientos que se proporcionan en la ruta podrán exponer la importancia de los recursos turísticos y así los habitantes del Municipio valorarán dichos lugares.
- Turístico: se puede lograr promocionar el Municipio como atractivo turístico.
- Metodológico: mediante la herramienta se dinamiza la historia de los recursos turísticos de la entidad.

Características de la Ruta Turística Hipermedia:

Entre las características más relevantes que definen a la ruta turística hipermedia, están las siguientes:

- Es una herramienta tecnológica.
- Mediante la tecnología este recurso se convierte en una estrategia didáctica que facilita la información sobre los sitios turísticos.
- Permite la interacción de los usuarios con el recurso, dejando de lado la praxis tradicional en la que los participantes sólo escuchan al ponente.
- Se implementa mediante la unión de las percepciones auditivas y visuales englobando varias maneras de aprendizaje.

Funciones de la Ruta Turística Hipermedia:

Al hacer énfasis en las funciones propias de la ruta turística hipermedia estas se fundamentan en las siguientes:

- Fomentar los recursos turísticos de la entidad tanto en los espacios de la misma como a los municipios será aledaños.
- Proporcionar conocimientos conceptuales e históricos sobre los recursos turísticos emblemáticos presentes en la entidad.
- Dinamizar los conocimientos sobre los recursos turísticos desde la tecnología mediante las percepciones auditivas y visuales.

Ventajas de la Ruta Turística Hipermedia:

Al ubicarse en este caso, la ruta turística hipermedia tiene dos grandes ventajas las cuales se abordan a continuación:

- Es un medio idóneo para dar información sobre cualquier tema debido a su praxis didáctica.
- Ayuda a un mejor entendimiento del tema a los usuarios mediante las percepciones auditivas y visuales.

Componentes de la Ruta Turística Hipermedia

Imágenes: en cuanto a la utilización de imágenes en la Ruta Turística Hipermedia, en éstas se expone el entorno de los lugares en cuestión, reflejando así el atractivo del sitio e incluyendo el aprendizaje visual en el estudio de dichos recursos además, promocionándolos a través de esta percepción.

Audio: en este caso en la herramienta en cuestión, se implementa el uso del audio para la exposición de la historia al mismo tiempo que van presentándose las imágenes de dicho lugar, una vez elegido por el usuario.

Texto: en relación a la utilización de texto en la Ruta Turística Hipermedia, este se puede encontrar al momento de la elección del sitio que desea conocer los cuales, están detallados en el inicio de la herramienta dejando así, a la voluntad del usuario la decisión de sobre cuál recurso prefiere aprender.

Descripción del manejo de la ruta turística hipermedia:

En relación a la conducción de la herramienta tecnológica denominada ruta turística hipermedia, ésta se puede denominar como auto-manejable debido, a que el usuario solo debe presionar un clic en el mouse para vivir la experiencia a través de éste recurso.

Al inicio de la proyección de la ruta con un clic que presione el usuario reproducirá la historia del Municipio en el que se escuchará su evolución histórica, sus límites, hidrografía, clima y vegetación así como sus tradiciones y costumbres, gastronomía, dulcería, personajes populares y juegos tradicionales, para luego dar paso a la lámina central (imagen No. 01) en la que el participante podrá elegir el sitio del que desee obtener conocimientos y admirar el atractivo visual.



(Imagen No. 01)

Una vez realizada la elección entre, Parador Turístico, Plaza Bolívar, Iglesia, Casas Coloniales, Petroglifos, Estanques de Añil y los Cerros, por parte del usuario se reproducirá la historia junto con imágenes del recurso turístico que seleccionó para luego de culminar la demostración volver a la lámina central en dónde el usuario podrá volver a elegir otro lugar de su interés.

Finalmente los aspectos anteriormente detallados, demuestran que la Ruta Turística Hipermedia es una herramienta que incluye a los usuarios, para que obtengan nuevos conocimientos sobre los recursos turísticos y observen el atractivo que posee en la entidad a fin de lograr promocionar y posicionar al Municipio como una opción de viaje, disfrute, entretenimiento y despeje de ese día a día.

Recomendaciones:

Al despacho de cultura en la Alcaldía del municipio Montalbán:

- Promover cursos de capacitación didácticos, para los habitantes del municipio sobre los recursos turísticos emblemáticos de la entidad.
- Cooperar con la comunidad para la conservación de los recursos turísticos emblemáticos de la entidad.
- Revisar la propuesta planteada para su futura aplicación, ya que la misma constituye una herramienta que sirve para lograr fomentar la historia y conocimientos de los lugares emblemáticos de la entidad.

A los habitantes del municipio Montalbán:

- Mantener una comunicación con los niños, adolescentes y jóvenes para que cuiden, respeten y quieran estos recursos turísticos de la entidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Impresas:

Arias, F. (1999). *El Proyecto de Investigación: Guía para su Elaboración*. Caracas:

Espíteme, C.A.Consulta: 16 de diciembre 2014

BalestriniAcuña, M. (2001). *Procedimientos técnicos de la investigación documental.*

Orientaciones para la presentación de informes, monografías, tesis, tesinas, trabajos de ascensos y otros. Caracas: PANAPO.Consulta: 16 de diciembre 2014

Bisquerra, R. (1989) *Métodos de la investigación educativa. Guía práctica*. Barcelona:

CEAC, S.A.Consulta: 14 de diciembre 2014

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). Gaceta Oficial de la

República Bolivariana de Venezuela, 5453, marzo 3,2000.Consulta: 23 de mayo 2015

Decreto N° 825. Presidencia de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial

N° 36.955. Mayo 22 de 2000Consulta: 23 de mayo 2015

Decreto con Rango Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Turismo (20014)Gaceta

extraordinaria N° 6.152, 18 de noviembreConsulta: 23 de mayo 2015

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (1998). *Metodología de la*

Investigación. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana, S.AConsulta: 23 de mayo 2015

Ley de telecomunicaciones (2000) Gaceta Oficial No825. Consulta: 10 de mayo 2015

Lopnna (2007) Gaceta Oficial N° 5.859, Consulta: 10 de mayo 2015

Sabino, C. (1999). *El Proceso de Investigación*. Caracas: Editorial PANAPO,

C.AConsulta: 10 de mayo 2015

Tamayo Y Tamayo, Mario. (1998) *El proceso de la investigación científica*. México, Editorial Limusa. Consulta: 15 de mayo 2015

Mary acuña. (2009). *En compañía de los niños conozcamos a Montalbán*. Venezuela. Consulta: 15 de mayo 2015

Mary acuña. (2009). *Manuscritos del municipio*. Montalbán. Consulta: 10 de diciembre 2014

En línea:

Ana García. (s/f). *Clasificación de los recursos turísticos*. Disponible en: http://www.igeograf.unam.mx/sigg/utilidades/docs/pdfs/publicaciones/inves_geo/boletines/3/bo13_art20.pdf [Consulta: 16 de diciembre 2014]

Antonio López (2011) .*Recursos Turísticos: inventario, clasificación, jerarquización, evaluación*. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/46927500/Recursos-Turisticos-inventario-clasificacion-jerarquizacion-evaluacion#scribd> [Consulta: 16 de diciembre 2014]

Araceli Colín García (2007) *sistemas de información y tecnología aplicada*. Disponible en: <http://www.wacolingarcia.blogspot.com/2007/03/simuladores-educativos.html> [Consulta: 5 de diciembre 2014]

Arias (2004) *soporte técnico*. Disponible en: <https://pstinformatico2011.wordpress.com/2012/02/07/capitulo-iii/> [Consulta: 16 de diciembre 2014]

Arias, (2006) *epistemología de un proyecto factible*. Disponible en: epistemologiadeunproyectofactiblenew.entornoempresarial.com/.../epistemologia-del-proyecto-factible [Consulta: 16 de diciembre 2014]

Alexandra olaizola (2013) **informática y tecnología**. Disponible en:
<http://informaticaytecnologia24.blogspot.com/2013/04/ley-de-ciencia-y-tecnologia.html>[Consulta: 16 de diciembre 2014]

Barrera,Balestrini(2006,2008),**Tecnología educativa**http://msctecnologiaeducativa3.blogspot.com/p/poblacion-y-muestra_19.html [Consulta: 16 de diciembre 2014]

Bavaresco (2006) **Metodología de la investigación**. Disponible en:
virtual.urbe.edu/tesispub/0093186/cap03.pdf [Consulta: 16 de diciembre 2014]

Belloch(2010) **Las tecnologías de la información y comunicación (T.I.C.)** disponible en: <http://www.uv.es/~bellochc/pdf/pwtic1.pdf>[Consulta: 10 de diciembre 2014]

Explorable.com (2009). **Muestreo no probabilístico**. Disponible en:
https://explorable.com/es/muestreo-no-probabilistico_[Consulta: 27 de Junio 2015]

Gómez Rafael (2006) **cultura e identidad venezolana**. Disponible en.
<http://saber.ucv.ve/jspui/bitstream/123456789/1556/1/Tesis%20para%20C.D..pdf>[Consulta: 16 de diciembre 2014]

Hurtado, Méndez, Hernández (2006, 2008,2009) **Metodología de la investigación**. Disponible en: [Http://virtual.urbe.edu/tesispub/0093186/cap03.pdf](http://virtual.urbe.edu/tesispub/0093186/cap03.pdf) [Consulta: 16 de diciembre 2014]

José Vicente Rojas Bermúdez (2011) **paradigma educativo**. Disponible en:
<http://paradigmaseducativosuft.blogspot.com/2011/05/teoria-del-aprendizaje-significativo-de.html>[Consulta: 8 de diciembre 2014]

José R. Quintero A. (2011). Teorías y Paradigmas Educativos. Disponible en:
<http://paradigmaseducativosuft.blogspot.com/2011/05/figura-1.html>[consulta el 22 de mayo 2015]

Maigualida Pacheco (2011) ***población y muestra***. Disponible en:

http://msctecnologiaeducativa3.blogspot.com/p/poblacion-y-muestra_19.html[Consulta: 5 de diciembre 2014]

María Rodríguez (2012). ***Diseño de una ruta turística de interpretación cultural para la promoción y el desarrollo local de la etnia aborígen warao en el Estado Delta Amacuro, Venezuela***. Disponible en:

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/introduccion.html>[consulta el 22 de mayo 2015]

María Jesús Lamarca Lapuente. (2013). ***Hipermedia***. Disponible en:

<http://www.hipertexto.info/documentos/hipermedia.htm>[consulta 23 de mayo 2015]

Mariela Torres. ***Tamaño de una muestra para una investigación de mercado***. Disponible en: http://www.tec.url.edu.gt/BOLETIN/URL_02_BAS02.PDF [consulta 27 de Junio 2015]

Miguel A. Villarroel (2011). ***Naturaleza de la investigación***. Disponible en:

http://www.eumed.net/libros-gratis/2011d/1042/marco_metodologico.html [consulta 27 de Junio 2015]

Navalón, R. (2014). ***Diseño y Gestión de Rutas Culturales: De la Teoría a la Práctica***.

Disponible en: http://www.academia.edu/9865480/DISE%3%91O_Y_GESTI%3%93N_DE_RUTAS_CULTURALES_DE_LA_TEOR%3%8DA_A_LA_PR%3%81C_TICA. [Consulta 27 de Junio 2015]

Olivares, M. Vanessa (2013). ***Diseño de una ruta turística desde el pueblo de Niquitao al monumento natural Teta de Niquitao - Guirigay, Edo. Trujillo***. Disponible en:

<http://www.miunespace.une.edu.ve/jspui/bitstream/123456789/2257/1/TG5038.pdf>[consulta 27 de Junio 2015]

PalellayMartins (2010) ***Tipos y diseño de la investigación, planificación de proyecto***. Disponible en:

Tiposydiseñodelainvestigacionplanificaciondeproyctosemirarismendi.blogspot.com
[Consulta: 16 de diciembre 2014]

Rogers (2006) *innovación tecnológica*. Disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Difusi%C3%B3n_de_innovaciones[Consulta: 16 de diciembre 2014]

Rodolfo vergne (2008) *La mirada filosófica sobre la tecnología*. Disponible en:
http://www.fc.ai.uncu.edu.ar/upload/21etc-vergne-_fc.ai-uncuyo.pdf[Consulta: 16 de diciembre 2014]

Tomás Pérez, Gutiérrez, López, González y Vadillo (S/F). *Hipermedia, adaptación, constructivismo e instructivismo*. Disponible en:
http://www.researchgate.net/profile/J_Vadillo/publication/28092928_Hipermedia_Adaptacin_Constructivismo_e_Instructivismo/links/0deec5213e70109304000000.pdf
[consulta 23 de mayo 2015]

Valerio B. Mariana y Valerio B. Giuseppeen (2011) *Propuesta Para El Estudio De Una Ruta Turística Basada En La Geología, Localizado En La Isla De Cubagua, Estado. Nueva Esparta*. Disponible en:
<http://www.miunespace.une.edu.ve/jspui/bitstream/123456789/2257/1/TG5038.pdf>[consulta 23 de mayo 2015]

UPEL (2010) *proyecto factible*. Disponible en:
trabajodegradobarinas.blogspot.com/2013/08/proyecto-factible.html [Consulta: 16 de diciembre 2014]

Wikipedia. *Organización mundial del turismo*. Disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Organizaci%C3%B3n_Mundial_del_Turismo [Consulta: 16 de diciembre 2014]

Wikipedia, (2015). Piramide de Maslow. Disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow[consulta el 22 de mayo 2015]

Yaquelin franco (2011) *población y muestra Tamayo y Tamayo*. Disponible en:
<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>[Consulta: 5 de diciembre 2014]

Yadira corra (2009) *validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos*. Disponible
en:<http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>[Consulta: 5 de diciembre 2014]

Yaquelin franco (2011) *tesis de investigación*. Disponible en:
<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/07/proyecto-factible.html> [Consulta: 5 de diciembre 2014]

Yelitza Bracho (2010). *Tesis Gestión de calidad - Capítulo III*. Disponible en:
<http://gestiondecalidadenelsectorazucarero.blogspot.com/2010/10/tesis-gestion-de-calidad-capitulo-iii.html> [consulta 27 de Junio 2015]

Zeila De Pablos (2009) *las tic en la educación venezolana*. Disponible en:
<http://zeiladepablosupelvalencia.blogspot.com/>[Consulta: 16 de diciembre 2014]

ANEXOS

ANEXO N. 01



Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias de la Educación
Departamento de Administración Y Planeamiento Educativo.
Mención: Educación para el Trabajo. Sub-Área Comercial



Cuestionario

RESPONSABLES:

Francys Granadillo
Johan Matute

A continuación se le presentará un cuestionario el cual, tiene como finalidad medir el nivel de conocimientos que poseen los habitantes del municipio Montalbán estado Carabobo, sobre los recursos turísticos y la hipermedia, el instrumento está constituido por 34 preguntas con dos alternativas de respuesta (SÍ-NO), y se aplicara para llevar a cabo la investigación titulada “**Ruta hipermedia para el fomento de los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo**”, y optar al título de Licenciado en Educación mención Educación para el Trabajo Sub-área Comercial.

INSTRUCCIONES A CONSIDERAR:

- ✓ **Lea detenidamente las preguntas.**
- ✓ **Realice la elección de la respuesta de acuerdo a sus conocimientos.**
- ✓ **Indique con una X la respuesta que crea correcta.**
- ✓ **Si surge alguna duda, no dude en preguntar a los encuestadores.**

CUESTIONARIO

A continuación se le presentará una serie de preguntas donde se pondrá a prueba su conocimiento sobre la hipermedia y los sitios turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán, marca con una x la respuesta que crea usted que es correcta.

I

EN CUANTO A LOS RECURSOS TURÍSTICOS, POSEE USTED CONOCIMIENTOS SOBRE:

1. ¿El tiempo que tiene plantado el árbol de Cotoperis que se encuentra frente a la Iglesia la Inmaculada Concepción? Sí NO
2. ¿Dónde se encuentra ubicado el Cerro el Peñón? Sí NO
3. ¿La ubicación del Cerro la Copa? Sí NO
4. ¿El acceso al parque Las Neveritas ubicada en las cercanías del Peñón? Sí NO
5. ¿La altura de la Altiplanicie la Mesa ubicada al norte del Cerro el Peñón?
Sí NO
6. ¿La fecha en la que fue inaugurado el parador turístico El Portachuelo? Sí NO
7. ¿La altura de la imagen de la Virgen Negra que está ubicada en el parador turístico el Portachuelo? Sí NO
8. ¿Quién fue el escultor de la virgen tallada en un tronco de cedro, ubicada en la Caminería de la calle Bolívar? Sí NO
9. ¿El antiguo nombre de la que hoy en día se conoce en el Municipio como la Plaza Bolívar? Sí NO
10. ¿La fecha en la que fue construida la Iglesia la Inmaculada Concepción, ubicada en el centro del Municipio? Sí NO
11. ¿El nombre de los constructores de la Iglesia la Inmaculada Concepción?
Sí NO
12. ¿El año en que la imagen de Nuestra Señora de los Ángeles de Atocha- llamada con cariño la Virgen Negra, fue donada desde España para la Iglesia la Inmaculada Concepción? Sí NO
13. ¿El nombre de la familia que donó la imagen de la Virgen Negra? Sí NO
14. ¿Dónde se encuentran ubicadas el grupo de casas coloniales presentes en el Municipio?
Sí NO
15. ¿La cantidad de casas de estilo colonial que se encuentran en el Municipio?
Sí NO
16. ¿El año en que fueron construidas las casas coloniales presentes en el Municipio?
Sí NO
17. ¿La existencia en el Municipio, de signos grabados en las piedras por los indígenas a los que se llaman petroglifos? Sí NO
18. ¿La ubicación de los Estanques de Añil en los que años atrás, se utilizaba para procesar la planta de añil? Sí NO
19. ¿Los años en los que estuvo activa la Planta de Añil? Sí NO

II

EN CUANTO A LA HIPERMEDIA:

20. ¿Sabe usted qué en un computador puede consultar diversos textos?
Sí NO
21. ¿Sabe usted que a través de un computador puede ver videos? Sí NO
22. ¿Sabe usted que a través del computador puede unir texto, video, imagen y audio para tener información sobre diversos temas? Sí NO
23. ¿Considera usted que mostrando en el computador la información con texto, imagen, video y audio se podría entender mejor la historia de los recursos turísticos del Municipio? Sí NO
24. ¿Piensa usted que una herramienta tecnológica de fácil entendimiento sería un buen medio para fomentar los recursos turísticos del Municipio? Sí NO

III

EN CUANTO A LA RUTA TURÍSTICA HIPERMEDIA PIENSA USTED QUE:

25. ¿Mediante una herramienta tecnológica se podrá lograr la promoción del recurso turístico del Municipio? Sí NO
26. ¿A través de una forma de aprendizaje audio-visual (imagen, sonido, texto) se facilita el entendimiento de la historia de los recursos turísticos presentes en el Municipio? Sí NO
27. ¿La ruta turística hipermedia al ser una herramienta de fácil manejo, puede facilitar las visitas hacia los recursos turísticos? Sí NO
28. ¿Podría llegar a entender con más facilidad la historia de los recursos turísticos del Municipio a través de la unión de los sentidos vista y Oído?
Sí NO
29. ¿Mediante la implementación de la ruta turística hipermedia se puede promocionar los recursos turísticos presentes en el Municipio? Sí NO
30. ¿A través de la ruta turística hipermedia se puede proporcionar conocimientos conceptuales e históricos sobre los recursos turísticos? Sí NO
31. ¿A través de la ruta turística hipermedia se puede dinamizar el conocimiento sobre los recursos turísticos desde la tecnología mediante audio-visual?
Sí NO
32. ¿Al mostrar mediante fotos, videos y audios los recursos turísticos del Municipio se logrará promocionar las visitas hacia estos lugares?
Sí NO
33. ¿Sería buena idea implementar una herramienta que apoye la conservación de los recursos turísticos del Municipio? Sí NO
34. ¿Le gustaría manejar una herramienta en cualquier computadora y que ésta le brinde entretenimiento basados en los recursos turísticos del Municipio?
Sí NO

ANEXO N. 02



Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias de la Educación
Departamento de Administración Y Planeamiento Educativo.
Mención: Educación para el Trabajo. Sub-Área Comercial



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

A continuación se presentará este formato que permite validar a través de juicios de expertos el instrumento que se aplicará a la muestra seleccionada y a partir de allí elaborar la **Ruta hipermedia para fomentar los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.**

El mismo consiste en una tabla de doble entrada, la cual registra el número de ítems con los siguientes indicadores de validez: claridad, coherencia, inducción a la respuesta, mide lo que pretende, lenguaje adecuado Además, de los aspectos generales del instrumento.

Finalmente se expresa el agradecimiento por la valiosa información que aportará para el desarrollo del estudio.

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

A continuación se le presenta una serie de categorías para validar los ítems que conforman este instrumento, en cuanto a cinco (5) aspectos específicos y otros aspectos generales. Para ello, se proponen dos (2) alternativas (Sí-No) para que usted seleccione la que considere correcta.

Experto: _____

ITEM	ASPECTOS ESPECÍFICOS									
	Claridad en redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta		Mide lo que pretende		Lenguaje adecuado con el nivel que se trabaja	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	✓		✓		✓		✓		✓	
2	✓		✓		✓		✓		✓	
3	✓		✓		✓		✓		✓	
4	✓		✓		✓		✓		✓	
5	✓		✓		✓		✓		✓	
6	✓		✓		✓		✓		✓	
7	✓		✓		✓		✓		✓	
8	✓		✓		✓		✓		✓	
9	✓		✓		✓		✓		✓	
10	✓		✓		✓		✓		✓	
11	✓		✓		✓		✓		✓	
12	✓		✓		✓		✓		✓	
13	✓		✓		✓		✓		✓	
14	✓		✓		✓		✓		✓	
15	✓		✓		✓		✓		✓	
16	✓		✓		✓		✓		✓	
17	✓		✓		✓		✓		✓	
18	✓		✓		✓		✓		✓	
19	✓		✓		✓		✓		✓	
20	✓		✓		✓		✓		✓	

ASPECTOS ESPECÍFICOS										
ÍTEM	Claridad en redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta		Mide lo que pretende		Lenguaje adecuado con el nivel que se trabaja	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
21	✓		✓		✓		✓		✓	
22	✓		✓		✓		✓		✓	
23	✓		✓		✓		✓		✓	
24	✓		✓		✓		✓		✓	
25	✓		✓		✓		✓		✓	
26	✓		✓		✓		✓		✓	
27	✓		✓		✓		✓		✓	
28	✓		✓		✓		✓		✓	
29	✓		✓		✓		✓		✓	
30	✓		✓		✓		✓		✓	
31	✓		✓		✓		✓		✓	
32	✓		✓		✓		✓		✓	
33	✓		✓		✓		✓		✓	
34	✓		✓		✓		✓		✓	

ASPECTOS GENERALES	Sí	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones para las respuestas	✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo relacionado con el diagnóstico.	✓		
Los ítems están presentes en forma lógica-secuencial.	✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información, en caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems que hagan falta.	✓		

OBSERVACIONES: _____

VALIDEZ	
APLICABLE	<input checked="" type="checkbox"/> NO APLICABLE
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES	

Validado por: Jose' Feran
Cédula de identidad: 11.346.368
Fecha: 06-04-2015
Firma: [Signature]

ANEXO N. 03



Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias de la Educación
Departamento de Administración Y Planeamiento Educativo.
Mención: Educación para el Trabajo. Sub-Área Comercial



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

A continuación se presentará este formato que permite validar a través de juicios de expertos el instrumento que se aplicará a la muestra seleccionada y a partir de allí elaborar la **Ruta hipermedia para fomentar los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.**

El mismo consiste en una tabla de doble entrada, la cual registra el número de ítems con los siguientes indicadores de validez: claridad, coherencia, inducción a la respuesta, mide lo que pretende, lenguaje adecuado Además, de los aspectos generales del instrumento.

Finalmente se expresa el agradecimiento por la valiosa información que aportará para el desarrollo del estudio.

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

A continuación se le presenta una serie de categorías para validar los ítems que conforman este instrumento, en cuanto a cinco (5) aspectos específicos y otros aspectos generales. Para ello, se proponen dos (2) alternativas (Sí-No) para que usted seleccione la que considere correcta.

Experto: _____

ITEM	ASPECTOS ESPECÍFICOS									
	Claridad en redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta		Mide lo que pretende		Lenguaje adecuado con el nivel que se trabaja	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	✓		✓		✓		✓		✓	
2	✓		✓		✓		✓		✓	
3	✓		✓		✓		✓		✓	
4	✓		✓		✓		✓		✓	
5	✓		✓		✓		✓		✓	
6	✓		✓		✓		✓		✓	
7	✓		✓		✓		✓		✓	
8	✓		✓		✓		✓		✓	
9	✓		✓		✓		✓		✓	
10	✓		✓		✓		✓		✓	
11	✓		✓		✓		✓		✓	
12	✓		✓		✓		✓		✓	
13	✓		✓		✓		✓		✓	
14	✓		✓		✓		✓		✓	
15	✓		✓		✓		✓		✓	
16	✓		✓		✓		✓		✓	
17	✓		✓		✓		✓		✓	
18	✓		✓		✓		✓		✓	
19	✓		✓		✓		✓		✓	
20	✓		✓		✓		✓		✓	

ASPECTOS ESPECÍFICOS										
ÍTEM	Claridad en redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta		Mide lo que pretende		Lenguaje adecuado con el nivel que se trabaja	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
21	✓		✓		✓		✓		✓	
22	✓		✓		✓		✓		✓	
23	✓		✓		✓		✓		✓	
24	✓		✓		✓		✓		✓	
25	✓		✓		✓		✓		✓	
26	✓		✓		✓		✓		✓	
27	✓		✓		✓		✓		✓	
28	✓		✓		✓		✓		✓	
29	✓		✓		✓		✓		✓	
30	✓		✓		✓		✓		✓	
31	✓		✓		✓		✓		✓	
32	✓		✓		✓		✓		✓	
33	✓		✓		✓		✓		✓	
34	✓		✓		✓		✓		✓	

ASPECTOS GENERALES	Sí	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones para las respuestas	✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo relacionado con el diagnóstico.	✓		
Los ítems están presentes en forma lógica-secuencial.	✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información, en caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems que hagan falta.	✓		

OBSERVACIONES: _____

VALIDEZ		
APLICABLE	<input checked="" type="checkbox"/>	NO APLICABLE
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES		

Validado por: Gabriel A. Pinto P.

Cédula de identidad: 15.455.845

Fecha: 06/07/2015

Firma: 

ANEXO N. 04



Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias de la Educación
Departamento de Administración Y Planeamiento Educativo.
Mención: Educación para el Trabajo. Sub-Área Comercial



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

A continuación se presentará este formato que permite validar a través de juicios de expertos el instrumento que se aplicará a la muestra seleccionada y a partir de allí elaborar la **Ruta hipermedia para fomentar los recursos turísticos emblemáticos presentes en el municipio Montalbán estado Carabobo.**

El mismo consiste en una tabla de doble entrada, la cual registra el número de ítems con los siguientes indicadores de validez: claridad, coherencia, inducción a la respuesta, mide lo que pretende, lenguaje adecuado Además, de los aspectos generales del instrumento.

Finalmente se expresa el agradecimiento por la valiosa información que aportará para el desarrollo del estudio.

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

A continuación se le presenta una serie de categorías para validar los ítems que conforman este instrumento, en cuanto a cinco (5) aspectos específicos y otros aspectos generales. Para ello, se proponen dos (2) alternativas (Sí-No) para que usted seleccione la que considere correcta.

Experto: _____

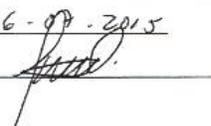
ÍTEM	ASPECTOS ESPECÍFICOS									
	Claridad en redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta		Mide lo que pretende		Lenguaje adecuado con el nivel que se trabaja	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1	✓		✓		✓		✓		✓	
2	✓		✓		✓		✓		✓	
3	✓		✓		✓		✓		✓	
4	✓		✓		✓		✓		✓	
5	✓		✓		✓		✓		✓	
6	✓		✓		✓		✓		✓	
7	✓		✓		✓		✓		✓	
8	✓		✓		✓		✓		✓	
9	✓		✓		✓		✓		✓	
10	✓		✓		✓		✓		✓	
11	✓		✓		✓		✓		✓	
12	✓		✓		✓		✓		✓	
13	✓		✓		✓		✓		✓	
14	✓		✓		✓		✓		✓	
15	✓		✓		✓		✓		✓	
16	✓		✓		✓		✓		✓	

ASPECTOS ESPECÍFICOS										
ÍTEM	Claridad en redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta		Mide lo que pretende		Lenguaje adecuado con el nivel que se trabaja	
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No
17	/		/		/		/		/	
18	/		/		/		/		/	
19	/		/		/		/		/	
20	/		/		/		/		/	
21	/		/		/		/		/	
22	/		/		/		/		/	
23	/		/		/		/		/	
24	/		/		/		/		/	
25	/		/		/		/		/	
26	/		/		/		/		/	
27	/		/		/		/		/	
28	/		/		/		/		/	
29	/		/		/		/		/	
30	/		/		/		/		/	
31	/		/		/		/		/	
32	/		/		/		/		/	
33	/		/		/		/		/	
34	/		/		/		/		/	

ASPECTOS GENERALES	SÍ	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones para las respuestas	/		
Los ítems permiten el logro del objetivo relacionado con el diagnóstico.	/		
Los ítems están presentes en forma lógica-secuencial.	/		
El número de ítems es suficiente para recoger la información, en caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems que hagan falta.	/		

OBSERVACIONES: _____

VALIDEZ	
APLICABLE	<input checked="" type="checkbox"/> NO APLICABLE
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES	

Validado por: Especialista Wilmar Barico
 Cedula de identidad: 9513353
 Fecha: 06-09-2015
 Firma: 

ANEXO N. 05

$$r_{tt} = \frac{k}{k-1} * \frac{st^2 - \sum p.q}{st^2}$$

$$r_{tt} = \frac{34}{34-1} * \frac{14,17 - 3,77}{14,17}$$

$$r_{tt} = \frac{34}{33} * \frac{10,4}{14,17}$$

$$r_{tt} = 1,30 * 0,73$$

$$r_{tt} = 0,95$$