

Agroturismo y Aplicaciones Móviles

Agrotourism and Mobile Applications

Lida Rodríguez González¹

Andrea Lucía Rincón²

Luisa María Arias Avellaneda³

Ana Jimena Gómez Rojas⁴

¹ Psicóloga. Magíster en Educación. Especialista en Habilidades Gerenciales.

Docente investigadora.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4379-3894>

Lida.rodriguez@unad.edu.co

² Administradora de Empresas. Magíster en Imagen y Relaciones Públicas.

Docente investigadora.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-6872-1023>

andrea.rincon@unad.edu.co

³ Estudiante del programa de Contaduría Pública.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.

CVLAC:

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002372965

lmariasave@unadvirtual.edu.co

⁴ Estudiante del programa de Contaduría Pública.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.

CVLAC:

https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0002373198

ajgomezro@unadvirtual.edu.co

RESUMEN

El tema de investigación del presente artículo se enfoca en el agroturismo y el uso de las aplicaciones móviles para esta modalidad turística, tomando en cuenta que esta se ha venido desarrollando en el país incrementalmente al punto de contar ya con una Ley que lo regula, la Ley 2239 de 2022. Se considera de relevancia este estudio, ya que, el agroturismo se postula como una alternativa económica para la empresa agropecuaria, que además de ser un soporte económico es también una fuente de generación de empleo. Por lo anterior, cobra importancia el potencializar de la mejor manera esta actividad, de forma que se erija como una verdadera opción de crecimiento para quienes trabajan el campo y, en este sentido, el uso de entornos digitales favorece el desarrollo de esta clase de emprendimientos al brindar una forma accesible y asequible para que estos sean visibilizados y puedan llegar con información adecuada a sus posibles visitantes. La metodología utilizada en esta investigación fue la revisión de literatura, tomando un enfoque cualitativo y descriptivo, con el objetivo de identificar, analizar y sintetizar el conocimiento sobre el agroturismo y las aplicaciones digitales dedicadas a este. Como resultado se observó que en el país no existen aplicaciones destinadas específicamente al agroturismo, no obstante, se utilizan aplicaciones y páginas para promoverlo, pero estas no se adaptan a las particularidades de este. Asimismo, se encuentra que las aplicaciones móviles tienen un gran potencial para promocionar las explotaciones agroturísticas, además de brindar al turista valiosa información educativa y recreativa.

Palabras Clave.

Agroturismo; turismo rural; turismo de naturaleza; aplicaciones para agroturismo.

ABSTRACT

The research topic of this article focuses on agrotourism and the use of mobile applications for this tourism modality, taking into account that it has been developing incrementally in the country to the point of already having a law that regulates it, Law 2239 of 2022. This study is considered relevant since agrotourism is positioned as an economic alternative for agricultural companies, which in addition to being an economic support is also a source of job creation. Therefore, it is important to maximize the potential of this activity, so that it becomes a true growth option for those who work in the fields. In this sense, the use of digital environments favors the development of this type of venture by providing an accessible and affordable way for them to be visible and to reach potential visitors with adequate information. The methodology used in this research was a literature review, taking a qualitative and descriptive approach, with the objective of identifying, analyzing, and synthesizing knowledge about agrotourism and the digital applications dedicated to it. As a result, it was observed that there are no apps specifically designed for agritourism in the country. However, apps and websites are used to promote it, but they are not tailored to the specific needs of the sector. Furthermore, it was found that mobile apps have great potential for promoting agritourism operations, in addition to providing tourists with valuable educational and recreational information.

Keywords.

Agritourism, rural tourism, nature tourism, applications for agritourism

INTRODUCCIÓN

El turismo en Colombia ha venido generando un gran impacto en el desarrollo económico de muchas regiones, sin duda alguna este reglón de la economía aporta al crecimiento del PIB colombiano y por ende facilita el fortalecimiento del empleo, la conservación del patrimonio y la diversificación económica de muchos departamentos del país, convirtiéndose en uno de los motores principales de progreso de algunas regiones colombianas.

La industria turística, al ser una de las cadenas de servicios más demandadas y con mayor sostenibilidad y progreso en el país, ha permitido diversificar los atractivos que brinda, integrando múltiples actividades, como agricultura, conocimiento de la cultura, práctica de tareas campesinas, interacción con el medio, comercialización de productos autóctonos, etc., buscando con ello brindar experiencias innovadoras de alto impacto y así generar un turismo alternativo y diferenciador; claro ejemplo de estas nuevas prácticas es el agroturismo, que ha logrado ampliar el portafolio de servicios de muchos colombianos que han decidido incursionar en esta nueva tendencia turística.

Sin embargo, en Colombia el agroturismo tiene desafíos importantes ante la necesidad de dar a conocer los emprendimientos agroturísticos, los cuales necesitan conectar con quienes buscan el tipo de experiencias que estos ofrecen. Es por tal razón que, las aplicaciones y plataformas tecnológicas se estiman como herramientas clave para la promoción del agroturismo, estableciéndose como una forma de llegar, con una novedosa oferta turística, a quienes desean no solo el esparcimiento, sino nuevas experiencias de viaje combinadas con actividades propias de ambientes rurales y fincas agropecuarias.

El agroturismo como diversificación del sector agropecuario

Es de anotar que, el agroturismo en Colombia, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo colombiano, MinCit (2013), es un producto especializado dentro del turismo rural, el cual, a su vez, es un subproducto del turismo de naturaleza, el cual tiene un gran potencial de desarrollo dada su riqueza natural del país al ser el segundo más biodiverso del mundo. Pero el agroturismo se diferencia de los dos anteriores porque, como expone Ovalle (2011), “es un conjunto de actividades organizadas por agricultores, es decir; es el día a día de la vida en el campo, con todas sus actividades agrarias y ganaderas, sus peculiares platos típicos, productos caseros, y con múltiples artesanías que de tales actividades se desprenden” (p. 24); asimismo, Megna et al. (2024) afirman que “es una simbiosis bilateralmente provechosa entre la agricultura y el turismo, (que) proporciona a los viajeros experiencias únicas en entornos rurales, permitiéndoles conectarse con la tierra, aprender sobre prácticas agrícolas sostenibles y participar en la vida cotidiana del campo” (p. 43).

Cabe resaltar que el agroturismo en Colombia en los últimos años ha venido fortaleciéndose, logrando una gran acogida en los territorios y regiones nacionales, tal es el caso de Cundinamarca, Boyacá, la Zona Cafetera, Santander, entre otros y, ante esta expansión del agroturismo, el gobierno colombiano expidió la Ley 2239 de 2022, que “tiene como objeto impulsar el agroturismo o turismo rural como una alternativa para el desarrollo sustentable de áreas dedicadas a actividades predominantemente agrícolas de modo tal que se brinden alternativas económicas, diversifiquen los rendimientos de la actividad agropecuaria, revalorice a la agricultura como medio de desarrollo local y se promueva la asociatividad rural”. Se destaca que esta Ley insta a conformar Circuitos Rurales Agroturísticos, integrados como red de cooperación de emprendedores del ramo, de forma que se puedan optimizar y fortalecer sus servicios, incrementando las oportunidades comerciales. Al respecto Rincón (2022), considera que es el Estado quien tiene el deber de regular el agroturismo y de estimularlo, al tomar en cuenta que la mayoría de los beneficiados suelen ser los campesinos.

Características del agroturismo

El agroturismo tiene características compartidas con el turismo de naturaleza y el rural, pero va más allá al ser un servicio especializado, con una propia relación con el sector agropecuario y agroindustrial. Estos tipos de turismo se desarrollan en el medio natural, no urbano y en ellos se pueden ofrecer diversas actividades recreativas, como acampar, senderismo, cabalgatas, entre otras. Sin embargo, en el agroturismo se encuentran particularidades específicas al combinar actividades agropecuarias y turísticas, llevándose a cabo en pequeñas o medianas empresas agropecuarias y agroindustriales, donde su actividad primordial no es el turismo, como bien afirma Ramos et al. (2018) y este turismo no se da de forma masiva.

Dado lo anterior, los viajeros se involucran de manera directa con los integrantes de las familias campesinas y con quienes trabajan las fincas agropecuarias; es una inmersión en la vida cotidiana de los productores y el turista, además de disfrutar del entorno y los servicios prestados, como alojamiento rural y gastronomía típica de la finca, son partícipes de las diversas labores propias de la empresa agropecuaria; como siembra, cosecha, ordeño, aprovechamiento de recursos de la zona, además, pueden ayudar en la preparación de productos alimentarios, participar en talleres, actividades recreativas y todas las demás que pueden ser ofrecidas por los locales (Castellanos, 2017; Brazales, 2017), como recorridos de las zonas geográficas más atractivas, muestras culturales, costumbres, quehaceres y cultura rural.

Al mismo tiempo, en este tipo de turismo se hace énfasis en la sostenibilidad en los aspectos ambiental, social, cultural y económico, ya que integra prácticas que propenden por la protección del patrimonio y los valores culturales de la sociedad local, respetando su identidad cultural y fomentando un desarrollo rural sostenible al conservar la estabilidad de los sistemas físicos y biológicos, por ello, “la conciencia turística debe ser fomentada, junto con la educación técnico-ambiental” (Megna et al., 2024, p. 45).

No obstante, una razón fundamental de ser del agroturismo para quienes tienen emprendimientos agropecuarios es el ingreso económico producto de este, lo que, en muchos casos, es una forma de reactivar la economía rural y dinamizar el desarrollo de la región, generando ingresos, vinculando al turista con “elementos patrimoniales de interés turístico” (Rodríguez, 2024, p. 63) y brindándole experiencias únicas en naturaleza, vida y educación, con un alto componente de sostenibilidad ambiental. En este aspecto, el agroturismo fomenta la empleabilidad y un mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de las zonas rurales. (Ramos et al., 2018; Fariño et al., 2024, Megna et al., 2024).

Aplicaciones móviles para el agroturismo en Colombia

Según estas peculiaridades, es necesaria una forma adecuada de promocionar el agroturismo a los nuevos viajeros y, con las innovaciones en el mundo digital, se plantea que la utilización de Tecnologías de la información y la comunicación, TIC, es de vital importancia para todo tipo de turismo. Se destaca que, los viajeros están recibiendo la información turística sobre todo a través de redes sociales, donde aportan reseñas e imágenes y, de acuerdo con Rodríguez (2021), presumen de sus viajes, con lo cual el turismo se ve beneficiado de una publicidad gratuita. Así, las redes sociales son la principal opción por la cual los viajeros adquieren conocimiento de los destinos turísticos, a la par, extraen información de aplicaciones y plataformas dedicadas al turismo, por lo anterior se puede inferir que podrían acoger aplicaciones dedicadas al agroturismo y, en efecto, el estudio realizado por Olaya et al. (2020) así lo corrobora. Al respecto, se destaca que muchos de los emprendimientos de turismo rural, al igual que los hoteles, poseen cuentas en redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, y ofrecen servicios en plataformas como Tripadvisor, Booking, Kayak, Airbnb, entre otras, (Fandiño, Dávila & Rodríguez, 2021), pero solo las grandes empresas turísticas y grandes hoteles poseen una app móvil propia.

Se percibe que, las TIC se han convertido en una herramienta básica e indispensable en el turismo, ayudando a que este crezca exponencialmente, aumentando tanto la oferta como la demanda; estas se utilizan como herramientas de marketing y promoción en línea, comercialización de servicios turísticos, incluso en la educación y el entretenimiento de los viajeros. Es de anotar que la vida cotidiana ha sido permeada por la tecnología móvil, convirtiéndose en el medio que los viajeros utilizan para obtener información en tiempo real de los eventos y actividades, realizando búsquedas al planear o realizar un viaje. Esto se evidencia al notar que los individuos, en gran medida, utilizan dispositivos móviles, los cuales en su mayoría permanecen encendidos y conectados a la red; la tecnología móvil es ya en parte integral del viaje del turista moderno. (Palacio, 2021)

Tomando esto en cuenta, y que los destinos turísticos en Colombia necesitan de novedosas formas de promoverse, se considera que con las plataformas digitales y las aplicaciones móviles se puede obtener mayor visibilidad; así, el agroturismo se puede beneficiar de la tecnología digital y de la expansión de los dispositivos móviles, por tanto, es muy conveniente el desarrollo de aplicaciones móviles dirigidas a este, las cuales sirvan para ofrecer sus servicios y productos a un costo más accesible. Además, con esta tecnología los productores pueden conocer las necesidades de los turistas, respondiendo así de la mejor manera a estos (Morales et al., 2022), y a su vez, gestionando su explotación agroturística de la mejor forma.

Sin embargo, en Colombia no existen aplicaciones móviles destinadas esencialmente al agroturismo, a pesar de que Megna-Alicio et al. (2024) indican que “La industria agroturística está obligada a crear sinergia con la tecnología, a fin de proteger y utilizar los recursos histórico-culturales y ambientales para producir productos turísticos de alta calidad” (p. 41); sin embargo, en su lugar se hallan aplicaciones, plataformas y páginas Web que suelen suplir algunas de las necesidades del agroturista, como son Despegar, Viajes Falabella, Booking.com, Kayak, Expedia y Airbnb, entre otras. Estas tecnologías están dirigidas al turismo en general, brindan información sobre alojamientos, presentan imágenes de estos, a veces de las zonas y sus atractivos, aplican geolocalización, intermedian entre el turista y quien ofrece los servicios, sirven para reservas, muchas ofrecen venta de tickets aéreos, incluso algunas brindan alquiler de vehículos.

Al respecto, en el país existen plataformas en línea y aplicaciones orientadas a la promoción del turismo (Portal de Información Turística de Colombia, Colombia travel); además, existen páginas Web creadas para actividades puntuales como Boats4U, dedicada al turismo náutico. Asimismo, se encuentran aplicaciones como Colombia Travel & Export, una app que está destinada al turismo en Colombia, tanto para nacionales como para extranjeros, y en la cual se puede buscar por ciudad o por experiencia de preferencia. También existen apps que están destinadas a ciudades particulares, departamentos o regiones, como Visitbogota.co, Medellín travel, la Guía de Rutas por Colombia y Ruta Valluna. Sin embargo, ninguna de estas apps abarca las particularidades del agroturismo. Es de resaltar que se encontró en línea referencia a apps como AppNat, para el turismo de naturaleza y Agroturismo Colombia, las cuales no se hallan para descarga y no se localizan en tiendas digitales de aplicaciones.

No obstante, a pesar de la falta de aplicaciones agroturísticas en el país, se encuentran diversos estudios realizados acerca de apps móviles para este, sin embargo, estas no parecen estar implementadas ya que no se encuentran para descarga en la Web ni en las tiendas de aplicaciones.

Propiedades que deben reunir las aplicaciones para el agroturismo

En los autores estudiados se encuentra que, referente al contenido de una app agroturística, convergen en diversos tópicos. Se resaltan en el estudio de Olaya et al. (2020), dos temáticas básicas; facilidades agroturísticas y oferta de actividades. La primera contiene la variedad de producción y el entorno cercano (centros urbanos, atractivos turísticos naturales y culturales), lo que Cerpa, Chala & González (2020), denominan lugares emblemáticos; y la oferta de actividades, como visitas a plantaciones, ordeño, vivencias agrícolas y/o pecuarias, pesca deportiva, navegación, interacción con comunidades, observación de fauna y flora, elaboración de artesanías, visitas a reservas ecoturísticas, preparación de platos típicos, modalidades turísticas de aventura, entre otras (Olaya et al., 2020, p. 11).

Por su parte, Cerpa, Chala & González (2020), consideran que se deben crear rutas, referir guías y servicios cercanos como hoteles, restaurantes, cajeros automáticos y otros, informar de eventos y festividades, etc., pero estos no incluyen la posibilidad de reservas, punto que Martínez (2024) y otros autores investigados consideran crucial.

Se destaca que, todos los autores reconocen la personalización de la experiencia como clave en una aplicación; la app puede realizar recomendaciones individualizadas según el perfil del usuario, sugerir rutas de viaje, además, esta debe tomar en cuenta las necesidades de los turistas, como si se viaja con niños o con personas discapacitadas, por ejemplo, incluyendo un lector de texto y narrador de imágenes u otros. Lo anterior apunta a que el turista pueda tener una experiencia notable y que satisfaga sus expectativas. (Martínez, 2024; Cerpa, Chala & González, 2020; Olaya et al., 2020; Quintero, Rodríguez & Villabon, 2019; Buitrago, 2020). Para tal fin, Morales et al. (2022) propusieron crear en la aplicación un perfil del turista que se vaya alimentando para brindar mayor personalización de acuerdo a sus preferencias.

A la par, Cerpa, Chala & González (2020), plantean que la app reúna múltiples destinos y se visualicen las rutas necesarias para acceder a estos, valiéndose de la geolocalización, esta propiedad también es considerada como indispensable por Olaya et al. (2020), asimismo, para los autores revisados es muy importante la identificación del destino mediante uso de mapas para que los turistas accedan a lugares que desconocen, pudiéndose incluso brindar información sobre transporte.

En general, según Olaya et al. (2020), los “parámetros de una aplicación móvil turística ideal son, en orden de mayor a menor: contenido y recorridos turísticos, información de hospedaje, geolocalización, idiomas, interacción con el usuario, accesibilidad y multimedia”, igualmente, la app debe facilitar “la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementar la calidad de su experiencia en el destino, a la vez que mejora la calidad de vida del residente” (p. 13). Por su parte, Palacio (2021), recomienda que un sistema de información turística ideal contenga “información sobre alojamiento, ocio y diversión, transporte, naturaleza, deportes, cultura, espectáculo y negocios” (p. 12).

Otro aspecto valorado es el contenido multimedia ofrecido, como fotografías y videos, es así que, Olaya et al. (2020), subrayaron aspectos de contenido, como escritos, gráficos (infografías, mapas, etc.), videos y video interactivo, y Martínez (2024) también incluye, video guías, visitas virtuales, así como realidad aumentada. Sobresale en estos aspectos que los usuarios puedan cargar contenido audiovisual en la app, compartiéndolo, escribiendo reseñas, valoraciones y su experiencia en el viaje (Olaya et al., 2020; Cerpa, Chala & González, 2020), por lo tanto, Martínez (2024) como Olaya et al. (2020), valoran que se pueda tener acceso a la información en tiempo real, igualmente indican como crucial la posibilidad de tener acceso a esta sin conexión.

Las anteriores características deben ser consideradas al desarrollar una app para el agroturismo, igualmente algunas propiedades con respecto a la funcionalidad del software, en cuanto a lo que Filippi & Lafuente (2016) citados por Palacio (2021), consideran que una app turística eficiente, además de ofrecer la información necesaria para el usuario, “debe ser portable, flexible, motivante, activa y con acceso” (p. 26), con un portafolio de servicios actualizado y de forma rápida y, lo fundamental es que la app agroturística aporte una muy completa información sobre la explotación agropecuaria, pudiendo ofrecer incluso recomendaciones sobre lo que se debe usar y llevar (como botas, impermeable, repelente, entre otros) hasta lo que se debe hacer antes de viajar, por ejemplo, vacunarse.

METODOLOGÍA

El enfoque de este estudio es cualitativo de tipo descriptivo y exploratorio, basado en una revisión de literatura. El objetivo fue recopilar y analizar literatura científica sobre el agroturismo y acerca de las apps móviles dedicadas a este en Colombia. Como criterios de inclusión se tomaron artículos científicos, tesis y literatura gris publicados, en su gran mayoría, entre 2015 y 2025, y como criterios de exclusión se estipularon fuentes sin aplicabilidad al contexto colombiano, literatura anterior al 2015 sin alcance directo y la no disponible en texto completo.

RESULTADOS

El agroturismo, concordando con Megna et al. (2024), es una actividad simbiótica y benéfica entre agricultura y turismo, la cual proporciona al viajero una experiencia única en relación a la explotación agropecuaria y sus peculiaridades, en la que surgen entre las personas relaciones más cercanas, solidarias y personales al ser un turismo no masivo. Se destaca que, aunque este tipo de turismo no es nuevo, en la actualidad ha tenido un visible incremento en el País.

En este estudio queda claro que se necesita sinergia agroturismo-tecnología, para la protección y uso de los recursos histórico-culturales y ambientales, que propenda por la calidad en los productos turísticos, además de brindar a los productores una mayor visibilidad y rentabilidad. Lo anterior se apoya en la creciente popularidad de los dispositivos móviles y en la importancia de las apps para la promoción y la inclusión en el turismo.

De acuerdo con esto, ante el advenimiento del turista digital, un turista que exige más información de destinos turísticos mediante canales digitales, como redes sociales y apps móviles, el viajero demanda mayor conectividad en todo el ciclo de viaje, lo cual convierte el uso del dispositivo móvil en una oportunidad y un desafío en la promoción de destinos y servicios agroturísticos.

En cuanto a apps turísticas y las agroturísticas, se verificó que estas poseen muchas funcionalidades en común, pero la App agroturística es más específica a cerca de las estancias y los pormenores detallados de las explotaciones agropecuarias en que se brinda este tipo de turismo.

Sobre la integración de las apps móviles en el agroturismo, se halló que tienen gran potencial, se consideran como una forma de mejorar la eficiencia operativa, de obtener marketing global, optimizar la gerencia de la explotación agroturística y como un modo de fortalecer la comunicación con los turistas y posibles clientes, constituyéndose en la primera relación servicio-usuario.

Sin embargo, en la implementación de las aplicaciones agroturísticas se deben tener en cuenta los costos y la necesaria formación del personal, además de aspectos propios del software, como la seguridad de los datos y la integración a la infraestructura tecnológica existente, los cuales representan desafíos, sin embargo los beneficios potenciales superan los retos existentes, como el incremento de la productividad y mejores decisiones de los empresarios agroturísticos con base en la información y retroalimentación recibida.

Como se observa, la necesidad de apps agroturísticas es clara, pero, dadas las dificultades que tienen las explotaciones agroturísticas referidas al costo de la aplicación, en consonancia con la Ley 2239 de 2022, se considera que los productores de zonas específicas pueden consolidar alianzas para la construcción y mantenimiento de una aplicación en la cual se promocionen las fincas asociadas, pudiendo sacar también provecho en la ejecución logística al brindar diversas actividades externas que se puedan realizar en el área; al crear alianzas pueden obtener mayor rentabilidad y atractivo en sus emprendimientos.

Por consiguiente, se considera que apps de este tipo se deben implementar, ya que, la industria turística ha cambiado la preparación del viaje con todas sus diversas actividades; en la actualidad esta planificación se realiza mediante la Web o aplicaciones turísticas generales, aprovechando la información proporcionada por el medio digital, pudiendo el usuario planear así sus viajes sin mayores intermediarios. (Aparicio, 2017 citado por Morales et al., 2022)

CONCLUSIONES

La agricultura en Colombia enfrenta desafíos significativos, como la baja productividad y el uso limitado de tecnologías de información y comunicación - TIC. (Hinojosa et al., 2023). En este panorama se erige el agroturismo como una manera de diversificar los ingresos de los pequeños y medianos productores agropecuarios y agroindustriales, y son las TIC una parte importante para que estos puedan dar a conocer sus fincas y sus experiencias (con sus actividades tradicionales, productos, prácticas sostenibles y demás) a un turista moderno que busca incursionar en un turismo variado e innovador, turismo que además puede incluir diferentes actividades brindadas en las zonas aledañas a las empresas agropecuarias y agroturísticas.

Es así que, la forma de promocionar el agroturismo, como buena parte del turismo en general, se realiza mediante redes sociales, que además son la principal fuente de información del turista actual, pero que no brindan las funcionalidades que puede ofrecer una aplicación destinada al agroturismo, por ello, se considera importante la implementación de aplicaciones agroturísticas que ofrezcan las bondades brindadas por este tipo de turismo en diferentes explotaciones agroturísticas en Colombia.

Por último, se considera que en Colombia se deben realizar más estudios sobre las aplicaciones en el agroturismo con respecto a la mejor forma de su implementación.

BIBLIOGRAFÍA

Brazales, D. F. (2017). Agroturismo esencia y características. En M. F. Cejas & L. B., Palomino (Comp.). *Turismo Alternativo*. Pp. 73, 84.

https://www.researchgate.net/publication/331407876_AGROTURISMO_ESENCIA_Y_CARACTERISTICAS

Buitrago, E. A. (2020). *Diseño de una plataforma digital para el turismo interno en Colombia*. [Trabajo de grado. Maestría en generación y gestión de contenidos digitales. Universidad Jorge Tadeo Lozano].

<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/16377>

Cerpa, J., Chala, M. & González, B. (2020). Diseño e implementación de una aplicación móvil para impulsar el turismo en el caribe colombiano.

<https://manglar.uninorte.edu.co/handle/10584/9276>

Hinojosa, C., Sánchez, K., Camacho, A. & Arguello, H. (2023, 21 de mayo).

AgroTIC: Bridging the gap between farmers, agronomists, and merchants through smartphones and machine learning.

https://www.researchgate.net/publication/370948910_AgroTIC_Bridging_the_gap_between_farmers_agronomists_and_merchants_through_smartphones_and_machine_learning

Ley 2239 de 2022. Por medio de la cual se regula la actividad del Agroturismo en Colombia. 26 de julio de 2022. D.O. No. 52.089

- Fandiño, J., Dávila, L. M., Rodríguez, M. de J. (2021). Las herramientas digitales en el sector del turismo de naturaleza en el departamento del Magdalena. *Análisis y efectos de las organizaciones: Una mirada desde las ciencias administrativas* (pp. 85-104). Sello Editorial UNAD.
<https://libros.unad.edu.co/index.php/selloeditorial/catalog/download/110/103/648?inline=1>
- Fariño, F., Cando, M., Villacres, L., & Carrion, R. (2024). Agroturismo como alternativa económica sostenible para revalorizar la industria agrícola. *Polo del Conocimiento*, 9(11), 2163- 2175. doi:<https://doi.org/10.23857/pc.v9i11.8577>
- Megna-Alicio, A., Estevez-Torres, A., Ramírez-Ferreiro, G.Y., Pérez-Perdomo, M., Parra-García, I. C. (Septiembre - Octubre de 2024). Plataformas tecnológicas vistas como una innovación incremental para la gestión del agroturismo en Cuba. *Revista Internacional de Investigación e Innovación Tecnológica*, 12(70).
https://riiit.com.mx/apps/site/files_v2450/agroturismo_cuba.3_riiit_sep-oct_2024.pdf
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, MinCit (2012). *Política de Turismo de Naturaleza*. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-de-naturaleza>
- MinCit. (2013, marzo) *Plan de negocio de turismo de Naturaleza en Colombia*.
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/producto-turistico/turismo-de-naturaleza/plan-de-negocios-de-turismo-de-naturaleza-de-colom/plan-de-negocios-de-turismo-de-naturaleza-de-colombia.pdf.aspx>
- Megna-Alicio, A., Estevez-Torres, A., Ramírez-Ferreiro, G.Y., Pérez-Perdomo, M., Parra-García, I.C. (Septiembre - Octubre 2024). Plataformas tecnológicas vistas como una innovación incremental para la gestión del agroturismo en Cuba. *Revista Internacional de Investigación e Innovación Tecnológica*, 12(70).
https://riiit.com.mx/apps/site/files_v2450/agroturismo_cuba.3_riiit_sep-oct_2024.pdf
- Morales, N. G., Hinojosa, C. J., Palacio, R. R., & Córdova, G. M. (2022). Diseño de una App móvil para la planificación de destinos turísticos basados en

- experiencias. *Innovaciones de Negocios*, 19(37), 35–55.
<https://doi.org/10.29105/revin19.37-384>
- Olaya, J. A., Bejarano, N. L., Torres, R., & Sobenis, J. (2020). Plantilla de características cualitativas y parámetros tecnológicos de aplicación móvil para destinos y servicios vinculados al agroturismo. *Revista Pertinencia Académica*. ISSN 2588-1019, 4(5), 395–412.
<https://revistas.utb.edu.ec/index.php/rpa/article/view/2566>
- Ovalle, R. (2011) *Agroturismo en el municipio de Sotaquirá, Boyacá, como vía al desarrollo socioeconómico*. [Tesis de grado, Pregrado en Administración de empresas. Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD)].
<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/1130/2011-25P-34.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Palacio, M. (2021). Aplicación móvil de información turística para la promoción de los destinos y actividades turísticas del corredor Antioquia – Choco. [Trabajo de Grado Administración Turística. Universidad de San Buenaventura Colombia].
<https://bibliotecadigital.usb.edu.co/server/api/core/bitstreams/d665e81e-3e86-4f71-b536-6adf0ee3c343/content>
- Quintero, K., Rodríguez, L. & Villabon, C. (2019). *Desarrollo de una aplicación móvil que promueva el ecoturismo aplicada a municipios colombianos que ofrezcan este servicio*.
<https://repositorio.unitec.edu.co/handle/20.500.12962/1521>
- Ramos, E., Carrasco, T., Velasteguí, E., & Cevallos, T. C. (2018). El agroturismo como desarrollo de turismo rural. *Ciencia Digital*, 1(3), 89-105.
<https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v1i3.69>
- Rodríguez, G. (enero-marzo de 2019). El Agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible. *Revista Centro Agrícola*, 46(1), pp. 62-65.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S02537852019000100062&lng=es&nrm=iso
- Rincón, L. (2022). *Ley 2239 de 2022 “Por medio de la cual se regula la actividad del agroturismo en Colombia”*, <https://medioambiente.uexternado.edu.co/ley->

[2239-de-2022-por-medio-de-la-cual-se-regula-la-actividad-del-agroturismo-en-colombia/#:~:text=En%20Colombia%2C%20el%20agroturismo%20representa,de%20cartera%20para%20el%20agroturismo](#) .

Ruiz, M. F. (2004). La oferta agroturística como estrategia económica y cultural para un desarrollo social sostenible. *Turismo y Sociedad*, 3, 126–144.
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2232>