

# **Estrategias de Marketing Digital en el Agroturismo como Alternativa Sostenible para el Desarrollo del Sector Rural de la Localidad de Usme, Bogotá, Colombia.**

## **Digital Marketing Strategies for Agritourism as a Sustainable Alternative for the Development of the Rural Sector in the Town of Usme, Bogotá, Colombia.**

**Rosalba Pacheco Higuera<sup>1</sup>**

**Fabio Armando Zambrano Santacruz<sup>2</sup>**

---

<sup>1</sup> Magíster en Gerencia de Proyectos.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0040-7674>

[rosalba.pacheco@unad.edu.co](mailto:rosalba.pacheco@unad.edu.co)

<sup>2</sup> Economista. Especialista en Finanzas.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-1121-6437>

[fabio.zambrano@unad.edu.co](mailto:fabio.zambrano@unad.edu.co)

### **RESUMEN.**

El agroturismo es una actividad económica que se deriva del turismo rural, sector que ha experimentado un notable crecimiento en los últimos diez años en Colombia, debido a su capacidad de integrar pequeños y medianos negocios dentro de la cadena turística. Su principal característica es el desarrollo en entornos rurales, fundamentado en principios ambientales, sociales y culturales. En la localidad de Usme, en Bogotá D.C., se reconoce como una alternativa sostenible que permite visibilizar los paisajes, las costumbres ancestrales y la cultura de conservación de los recursos naturales mediante prácticas agrícolas y ganaderas tradicionales. Este modelo promueve la articulación entre organizaciones comunitarias, campesinas, instituciones públicas, programas de

apoyo y emprendimientos locales, fortaleciendo el tejido social y económico del territorio.

Asimismo, el turismo rural representa una fuente significativa de ingresos para la localidad, al incluir poblaciones tradicionalmente excluidas del mercado laboral, como adultos mayores, jóvenes y mujeres, contribuyendo así a la equidad y la inclusión social.

El propósito de este Working Paper es analizar cómo el uso de estrategias de marketing digital puede fortalecer el agroturismo como alternativa sostenible para el desarrollo económico y social del sector rural de Usme, desde un enfoque territorial y participativo. De esta manera, se busca evidenciar el potencial del marketing digital para ampliar la visibilidad de las iniciativas rurales, mejorar su competitividad y facilitar el acceso a nuevos mercados, consolidando el agroturismo como una estrategia clave de desarrollo sostenible en la región.

#### **Palabras Clave.**

Turismo; agroturismo; turismo rural; ruralidad; marketing digital

#### **ABSTRACT.**

Agrotourism is an economic activity derived from rural tourism, a sector that has experienced significant growth in Colombia over the past decade due to its ability to integrate small and medium-sized enterprises into the tourism value chain. Its main characteristic is its development in rural environments, based on environmental, social, and cultural principles. In the locality of Usme, Bogotá D.C., agrotourism is recognized as a sustainable alternative that showcases landscapes, ancestral traditions, and a culture of natural resource conservation through agricultural and livestock practices. This model encourages collaboration among community and peasant organizations, public institutions, support programs, and local enterprises, thereby strengthening the social and economic fabric of the territory.

Moreover, rural tourism represents an important source of income for the locality, as it includes populations traditionally excluded from the labor market, such as older adults, youth, and women, thus contributing to social inclusion and

equity. The purpose of this working paper is to analyze how digital marketing strategies can strengthen agrotourism as a sustainable alternative for the economic and social development of the rural sector in Usme, Bogotá, through a territorial and participatory approach. In this regard, the study aims to highlight the potential of digital marketing to increase the visibility of rural initiatives, enhance their competitiveness, and facilitate access to new markets, consolidating agrotourism as a key strategy for sustainable development in the region.

### **Keywords.**

Tourism; agritourism; rural tourism; rurality; digital marketing

### **INTRODUCCIÓN.**

El turismo sector importante de la economía ha venido creciendo, según la (Organización Mundial del Turismo & Joan, 2025) las Américas recuperaron el 97% de las llegadas anteriores a la pandemia, contribuyendo no solo para el desarrollo del país y la región como Bogotá, sino también a las micro, pequeñas y medianas empresas (Mypimes), generando nuevos ingresos por venta de productos y servicios como, también la generación de ingresos de divisas al país, estableciendo a un impacto positivo en el contexto de economías en vías de desarrollo. En el mismo sentido, el sector agropecuario, dadas las condiciones topográficas y de vocación agropecuaria en nuestro país, puede ser un impulso a la dinamización de un sector agroturístico, en pro de su crecimiento y desarrollo.

La Organización Mundial del Turismo – OWT El turismo sostenible se plantea como una nueva ética que compromete tanto al sector turístico como al viajero, fomentando una actitud más consciente y respetuosa frente a tres dimensiones esenciales: el entorno natural, la diversidad cultural y los modos de vida de las comunidades locales. Sin embargo, se debe tener en cuenta que el concepto de turismo rural puede abordarse desde muchas perspectivas. Gannon (1994), lo define como todo su entorno de la población rural, tanto actividades como instalaciones, para acoger turistas y generar ingresos, mientras que García (1996) lo relaciona con acciones que se construyen para el progreso, como alternativas de generación de nuevos productos y servicios concernientes a la población rural.

El agroturismo, el cual La Organización Mundial del Turismo (OMT) denomina turismo rural es “un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados, por lo general, con las actividades de naturaleza, agricultura, formas de vida y culturas rurales”. Una característica clave del agroturismo es que los actores rurales diversifican sus fuentes de ingreso mediante actividades turísticas, ofreciendo generalmente servicios de alojamiento, alimentación y experiencias que permiten a los visitantes involucrarse en labores agropecuarias.

En los últimos años, el agroturismo se ha consolidado como una estrategia clave para impulsar el desarrollo de las zonas rurales, gracias a su potencial para generar ingresos adicionales a los productores agropecuarios y su capacidad para acercar a los turistas a las tradiciones locales. Esta forma de turismo permite poner en valor los saberes y prácticas agrícolas, transformándolos en elementos patrimoniales de interés turístico (Alonso, 2019). Según el estudio de caso de Albania, el agroturismo como motor del desarrollo del turismo rural, tomado de Organización Mundial del Turismo y World Tourism Alliance (2025), “un sector turístico auténtico, de calidad e integrado en el entorno y el paisaje locales”. (p. 102). Esto se constituye en una manifestación del turismo rural, como una forma de viajar relacionada con amplias categorías de productos, generalmente productos de actividades basadas en la naturaleza y en la agricultura, maneras de vivir y producir culturas rurales a la que el visitante en cuestión está expuesto.

La OMT enfatiza que los actores tienden a complementar sus ingresos con algún tipo de turismo, lo que suele ir acompañado de alguna forma de alojamiento, comida y una introducción al trabajo agrícola. Según la OMT, el turismo rural es un instrumento clave de cambio en la ruralidad y alentará la innovación, el crecimiento sostenible y la participación de la comunidad.

El marketing digital engloba un conjunto de estrategias y técnicas orientadas a posicionar una marca en entornos digitales como sitios web, motores de búsqueda y redes sociales. Su enfoque se centra en comprender profundamente a la audiencia, con el fin de ofrecer contenidos y propuestas personalizadas que respondan a sus intereses y comportamientos en línea. El cuidado del medio

ambiente es un tema muy importante, con el tiempo las personas han ido adquiriendo mayor conciencia en la sociedad, actividades como el turismo agrícola permiten acercarse a la naturaleza a través de las actividades agrarias y sus buenos hábitos ambientales. Por lo tanto, el concepto de agroturismo abarca desde simples actividades de ocio (que involucran a personas que se dedican a la producción agropecuaria) hasta un interés genuino en los visitantes amigables con el medio ambiente (McGehee & Kim, 2004).

La lucha constante de los agricultores por el derecho al desarrollo ha permitido a las instituciones reflexionar sobre la reactivación del campo a través de programas que benefician a la población rural, estimulando así la unidad económica entre las organizaciones comunitarias, participando en convocatorias para que los agricultores inicien sus propios negocios. Esto implica diseñar un enfoque de desarrollo sustentado en políticas públicas que permitan la formulación e implementación de estrategias turísticas a nivel local, regional y nacional, en consonancia con acuerdos internacionales, con el objetivo de garantizar la sostenibilidad del destino.

En la actualidad, el volumen del turismo mundial iguala o supera el volumen de las exportaciones de petróleo, alimentos y automóviles. Según la Organización Mundial del Turismo, la importancia del turismo radica en que representa para el año 2023 el 3% del PIB mundial, el 5.5% de ingresos por exportaciones y el 22% de las exportaciones de servicios (Organización Mundial del Turismo y World Tourism Alliance, 2025).

**Tabla 1**

*Aportes preliminares en cifras del turismo mundial año 2023*

|                                   | USD                            | (%)  |
|-----------------------------------|--------------------------------|------|
|                                   | 2023                           |      |
| <b>PIB Mundial</b>                | 3.3 (Billones de USD)          | 3%   |
| <b>Comercio Internacional</b>     | 31.715 (miles de millones USD) | 5.5% |
| <b>Exportaciones de Servicios</b> | 7.931 (miles de millones USD)  | 22%  |

*Fuente.* Elaboración Propia. Datos tomados del Organización Mundial del Turismo y World Tourism Alliance. (2025).

En el contexto actual, este tipo de turismo se consolida como una alternativa para dinamizar la economía agropecuaria, especialmente en zonas con alto potencial agroecológico, como la localidad rural de Usme en Bogotá, que enfrenta retos en términos de visibilidad y acceso al mercado turístico.

Sin embargo, para aprovechar plenamente estos beneficios es necesario implementar estrategias que integren el desarrollo rural con las políticas públicas y los acuerdos internacionales de desarrollo sostenible. En este contexto, el marketing digital se convierte en una herramienta clave para posicionar el agroturismo de Usme, permitiendo a los productores locales acceder a mercados nacionales e internacionales a bajo costo y con alto impacto. Este estudio analiza cómo la aplicación de estrategias digitales, desde las redes sociales hasta la narración basada en las identidades de los agricultores, puede empoderar al sector y promover el desarrollo rural sostenible y equitativo.

## **METODOLOGÍA.**

La metodología hace parte del proyecto de investigación “Propuesta para modelos de marketing digital en productos agroturísticos en la ruta la Requilina Localidad de Usme – Bogotá D.C.” con tipos de investigación exploratoria y descriptiva, apoyándose en métodos e instrumentos de revisión documental, normatividad o políticas del turismo rural y agroturismo en Colombia y Bogotá. Así como también estudios previos sobre marketing digital aplicado al turismo para caracterizar la situación actual y las estrategias de marketing digital implementadas o potenciales

## **RESULTADOS.**

El agroturismo se presenta como una alternativa viable para dinamizar la economía de las zonas rurales y revalorizar la producción agrícola local. Esta modalidad permite a los visitantes involucrarse en actividades propias de la agricultura y la ganadería, disfrutar de la riqueza natural del territorio y acercarse a las costumbres y formas de vida de las comunidades rurales. En un contexto globalizador, pueden encontrarse oportunidades en el agroturismo que antes no existían, creando nuevas formas de crear riqueza y, estableciendo nuevas expectativas de la gente de quedarse en su territorio rural apartándose de la ciudad. Para explorar y desarrollar diferentes procesos de producción y prestación de servicios, centrándose en los factores endógenos y exógenos en áreas y territorios rurales, estos factores pueden aprovechar sus ventajas comparativas y realizar su potencial. El auge del turismo rural como producto alternativo se basa en la capacidad de crear valor a través del uso del territorio rural y transformarlo en un espacio atractivo, La ausencia de contaminación y ruido, la calidad paisajística del entorno, así como la intimidad y espontaneidad del ambiente rural reflejada en sus residentes, su cocina tradicional y su estilo de vida se presentan como una alternativa al ritmo acelerado de la vida urbana" (Pérez Ramírez, 2016).

En el contexto de la ciudad de Bogotá, en su composición rural, la localidad de Usme es la más extensa en su composición rural. Según Secretaría Distrital de Ambiente (s.f.): De las 163.000 hectáreas de tierra, 122.000 hectáreas pertenecen al área rural, lo que representa el 75%, donde 51.203 personas habitan en el área

rural. Las áreas rurales están distribuidas en 9 de las 20 regiones de la capital: Sumapaz, Usme, Ciudad Bolívar, Usaquén, Santa Fe, San Cristóbal, Chapinero, Suba y Bosa. Usme representa el 34% de la población total de agricultores, con más de 17.000. Le siguen Sumapaz (11.600) y Ciudad Bolívar (11.100)

Por su ubicación geográfica, la capital del país tiene la ventaja de combinar el turismo natural con montañas, humedales y corredores ecológicos. Dado que las comunidades que viven en áreas rurales tienen ingresos limitados de la producción agrícola, el turismo rural tiene un potencial evidente. Según el investigador (Rincón Melo, 2022) en el estudio de la Ruralidad Bogotana realizado por la secretaría de planeación del 2017 al 2021, de la totalidad de la población rural bogotana, el porcentaje de hogares que consideran que sus ingresos no alcanzan para cubrir los gastos mínimos paso del 33.5% al 40.6% respectivamente. Las pocas explotaciones que se han producido tienen serios conflictos: la papa y la ganadería, principal producción en las zonas rurales de Bogotá, con el uso de la tierra para la conservación de la naturaleza por su alto impacto ambiental; otras plantaciones de menor impacto, como arvejas y haba, se ve severamente afectada por el cambio climático y, su competitividad en el mercado.

**Tabla 2**

*Distribución Del Área Rural Y Población Agrícola En Bogotá D.C. Para El Año 2024*

| <i>Variable</i>                                    | <i>Dato</i>                                                                                    |
|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Total, área de Bogotá</i>                       | <i>163.000 hectáreas</i>                                                                       |
| <i>Área rural de Bogotá</i>                        | <i>122.000 hectáreas</i>                                                                       |
| <i>Porcentaje del área que es rural</i>            | <i>75%</i>                                                                                     |
| <i>Población que habita en el área rural</i>       | <i>51.203 personas</i>                                                                         |
| <i>Localidades con área rural (9 de 20)</i>        | <i>Sumapaz, Usme, Ciudad Bolívar, Usaquén, Santa Fe, San Cristóbal, Chapinero, Suba y Bosa</i> |
| <i>Población agrícola en Usme</i>                  | <i>Más de 17.000 personas</i>                                                                  |
| <i>Participación de Usme en población agrícola</i> | <i>34% del total</i>                                                                           |
| <i>Población agrícola en Sumapaz</i>               | <i>11.600 personas</i>                                                                         |
| <i>Población agrícola en Ciudad Bolívar</i>        | <i>11.100 personas</i>                                                                         |

*Fuente.* Elaboración Propia. Datos tomados del Secretaría Distrital de Ambiente (s.f.).

El agroturismo involucra a los campesinos locales, los turistas e interesados que trabajan en granjas y en agricultura. También incluye el alojamiento en hogares rurales, en los que se comparte costumbres, cultura y hábitos, así como el aprendizaje o la realización de actividades típicas en el campo. Esta es una alternativa para contribuir al desarrollo económico y comunitario a través de la alianza de factores culturales, sociales y económicos, en una publicación del Observatorio de Turismo de Bogotá (2025), “Afirma que las actividades más realizadas por los turistas internacionales fueron las culturales, históricas y arquitectónicas (73,2 %), seguidas de la gastronomía local (62,1 %) y las experiencias en la naturaleza (54,2 %), esta última ingresando con fuerza a la medición”.

El Sistema Agropecuario Distrital SISADI (s.f.), fue establecido por la Alcaldía de Bogotá de acuerdo con el Decreto No. 482 de 1996. El sistema está liderado por Departamento Administrativo de Medio Ambiente - DAMA y proporciona espacio Con el fin de que las comunidades rurales puedan asumir la gestión de su propio desarrollo, con el respaldo de las administraciones regionales. Ofreciendo servicios a la ciudadanía como asistencia técnica agrícola y ambiental, brindar apoyo logístico y técnico para la gestión de normativas ambientales, desarrollo rural y proyectos temáticos de protección ambiental.

En este sentido, buscar estrategias que contribuyan a dinamizar un sector agroturístico, constituye una gran oportunidad económica financiera, beneficiando a una población rural ciertamente relegada y, que puede generar un espacio de acción para promocionar al interior como exterior de nuestro país; población que es netamente campesina, en su mayoría, pero que también, concentra otros grupos étnicos como indígenas y afrodescendientes, que requieren mayor oportunidades de insertarse y participar de la aldea global.

Los productos y servicios ofrecidos por diversas comunidades, en especial por la localidad de Usme en el Distrito Capital, tienen el potencial de impactar a un segmento de consumidores que buscan experiencias turísticas alternativas, como el agroturismo. Para alcanzar y atender eficazmente a este mercado, es fundamental establecer estrategias que faciliten su acceso, promoción y comercialización, siendo el marketing digital una herramienta clave para posicionar dichas ofertas y conectar con los intereses de los nuevos viajeros. Dentro del sector se establece llegar a un consumidor, especialmente, como lo dice (López Rodríguez et al., 2021):

El turista que busca la experiencia como su principal motivación. Por ello, que el agroturismo, debe ser considerado como lo dice (Nyagadza et al., 2024) se debe establecer el agroturismo sostenible como un negocio empresarial.

Esta unión del agroturismo y la sostenibilidad, hoy representa una ecuación que busca la coordinación de acciones del impacto que genera el turismo en un contexto rural agropecuario, lo cual recurre a unas acciones de comunicación con estos consumidores, viéndose reflejadas en el marketing digital, tratando de

establecer unas estrategias que redunden en la búsqueda de perfil de turistas concretos y que estén en sintonía con el medio ambiente. (Parra et al., 2024).

En este contexto, la posibilidad de las redes sociales se establece como un mecanismo que puede ayudar a la comercialización de productos y servicios, pudiendo identificar cuales plataformas serían más útiles para nuestros grupos poblacionales rurales que comercializan el agroturismo, como también otras estrategias de marketing digital para captar población objetivo, al respecto (Nhung & Phuong, 2025): La utilización de canales digitales como sitios web, redes sociales, campañas de correo electrónico, publicidad en línea y otras plataformas ha permitido a las empresas alcanzar a sus clientes de manera rápida y efectiva, fortaleciendo especialmente la fidelización hacia la marca. Con esto se trata de confrontar las posibilidades de crecimiento del agroturismo sostenible, estableciéndose como una actividad económica en crecimiento, para lo cual nos enfrentamos a nuevos retos de entablar la comunicación con los turistas no solo locales sino globales, recurriendo a herramientas estratégicas del marketing digital que nos pueden aportar a establecer una interacción específica a los intereses del agroturismo sustentable.

## **CONCLUSIONES.**

Considerando los beneficios que ofrecen tanto el suelo rural, el turismo se ha consolidado como una alternativa viable para disminuir la presión sobre las fincas productivas de la región. Aunque aún es una modalidad poco difundida, representa una opción real tanto para los residentes y turistas urbanos. Su impacto va más allá del ámbito económico y productivo, contribuyendo también al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El Instituto de turismo regional (IDT) promueve el desarrollo en Bogotá, posibilitando mejorar los atractivos turísticos en las zonas rurales, organizando comunidades para brindar servicios en rutas, señalización de circuitos, empresas que brindan alimentos y otros productos aportando a la cadena de valor de la industria y motivando a los proyectos e iniciativas beneficiando a mujeres y

jóvenes principalmente a través del trabajo directo e indirecto que genera esta actividad.

El marketing digital se consolida como una herramienta estratégica para posicionar el agroturismo siendo alternativa sostenible y generadora de oportunidades en territorios rurales como Usme.

La implementación del marketing digital exige no solo conectividad e infraestructura tecnológica, sino también procesos de formación, acompañamiento técnico y políticas públicas que integren la digitalización como un componente esencial del desarrollo rural.

La articulación entre innovación tecnológica, saberes tradicionales y conservación ambiental puede transformar a Usme en un modelo de agroturismo sostenible en Bogotá, promoviendo el empoderamiento comunitario, la diversificación económica y la visibilización del patrimonio natural y cultural del territorio.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

- Alberto Perez-Ramirez, C. (2016). RURAL TOURISM IN THE NATIONAL PARK INSURGENTE MIGUEL HIDALGO Y COSTILLA: IMPACTS AND STRATEGIES FOR ENVIRONMENTAL CONSERVATION. *Revista de gestao social e ambiental*, 1–18. <https://doi.org/10.5773/rgsa.v10i1.1123>
- Brighton Nyagadza, Farai Chigora, & Azizul Hassan. (2024). Agritourism for Sustainable Development. <https://doi.org/10.1079/9781800623705.0000>
- López Rodríguez, A. L., Sierra Rodríguez, M. A., Mendoza Patiño, D. E., Barriga Barriga, C. L., & Plazas Quintero, D. M. (2021). Marketing digital con aplicaciones tic y neuromarketing en el turismo. *Publicaciones e Investigación*, 15(4), 1–7. <https://doi.org/10.22490/25394088.5602>

- Nhung, N. T., & Phuong, N. L. (2025). The impact of digital marketing on gen Z's Mangrove eco-tourism brand loyalty in Vietnam. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 9(3), 680–688. <https://doi.org/10.55214/25768484.v9i3.5282>
- Observatorio de Turismo de Bogotá (2025, 10 de marzo). ¿A qué vienen los turistas en Bogotá y qué los atrae?. <https://bogota.gov.co/internacional/que-vienen-los-turistas-en-bogota-revela-encuesta-de-turismo>
- Organización Mundial del Turismo y World Tourism Alliance. (2025). Turismo – Un motor para la prosperidad compartida (Organización Mundial del Turismo (ONU Turismo), Ed.; 2025th ed.). ONU Turismo. <https://doi.org/10.18111/9789284426324>
- Parra, M. A., Belén Bastidas-Manzano, A., & Sánchez-González, O. (2024). Estudio de caso de la Manga del Mar Menor. *Revista Internacional de Cultura Visual*, 16. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v17.5300>
- Rincón Melo, H. (2022). Estudio sobre la ruralidad bogotana-2022. [https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/caracterizacion\\_socioeconomica\\_de\\_la\\_poblacion\\_rural\\_bogotana\\_em.pdf](https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/caracterizacion_socioeconomica_de_la_poblacion_rural_bogotana_em.pdf)
- Secretaría Distrital de Ambiente (s.f.). Ruralidad. <https://www.ambientebogota.gov.co/ruralidad-sda>
- Secretaría Distrital de Ambiente (s.f.). Sistema Agropecuario Distrital. <https://www.ambientebogota.gov.co/sistema-agropecuario-distrital>