

# Agroturismo: Innovación social para la provincia de Sugamuxi.<sup>1</sup>

## Agrotourism: Social innovation for the province of Sugamuxi

## Agrotourisme : innovation sociale pour la province de Sugamuxi

## Agroturismo: Inovação social para a província de Sugamuxi.

**Nataly Camila Rosas-Castañeda<sup>2</sup>**  
**Santiago María Bordamalo-Echeverri<sup>3</sup>**

78

**Cómo citar este artículo:** Rosas-Castañeda, N.C. y Bordamalo Echeverri, S. M. (2020-1). Agroturismo: Innovación social para la provincia de Sugamuxi. *quaest.disput*, 13 (26), 78-106

### Resumen

El presente artículo de investigación se realiza en el marco del proyecto de investigación "Propuesta de un modelo de innovación social como estrategia de marketing para el desarrollo del Agroturismo en Boyacá: Provincia de Sugamuxi", avalado por la convocatoria "Jóvenes Investigadores e Innovadores de Colciencias 812" de 2018. De este modo, se presentan a continuación las bases teóricas y el análisis DOFA realizado para el desarrollo del agroturismo en la Provincia de Sugamuxi, a manera de alternativa de innovación social. En un primer momento, se procede a contextualizar acerca de la provincia. Posteriormente, se abordan el agroturismo y la innovación social, así como las regulaciones colombianas relacionadas con el ejercicio de la actividad, para luego presentar el análisis DOFA y sus respectivas estrategias, concluyendo que es un lugar propicio para el desarrollo del agroturismo y este puede traer grandes beneficios a su comunidad.

1 Recibido: 06/05/2020. Aprobado: 20/05/2020

Este artículo es fruto de su investigación patrocinada por COLCIENCIAS como joven investigadora.

2 Administradora de Empresas USTA, Seccional Tunja, Magister en Pedagogía de la misma universidad, obtuvo el más alto puntaje del país en las pruebas de Estado SABER-PRO (2016), en el área de Administración y afines. Contacto: nataly.rosas@usantoto.edu.co ORCID 0000-0001-9780-001X

3 Licenciado en Filosofía, Especialista en Ética, Magister y Doctor en Filosofía USTA-Bogotá. Docente investigador del Departamento de Humanidades y Formación integral durante 19 años, hasta hoy en USTA, Seccional Tunja, Colombia. Autor de tres libros: Filosofía de la Noviolencia y Crítica de la razón violenta (USTA, 2011), Ética: Un arte de vivir con plenitud (USTA, 2012) y El coraje de la verdad en Michel Foucault (USTA, 2019, Tesis doctoral). Contacto: santiago.bordamalo@usantoto.edu.co ORCID 0000-0003-1138-3257



**Palabras clave:** Agricultura, Agroturismo, Desarrollo, Innovación social.

### Abstract

This research article is carried out within the framework of the research project "Proposal of a social innovation model as a marketing strategy for the development of Agrotourism in Boyacá: Sugamuxi Province", endorsed by the program Young Investigators and Innovators of Colciencias 812 from 2018. In this way, the theoretical bases and the DOFA analysis carried out for the development of agrotourism in the province of Sugamuxi are presented below, as an alternative of social innovation. At first, we proceed to contextualize about the province. Subsequently, agrotourism and social innovation are addressed, as well as Colombian regulations related to the exercise of the activity, and then the DOFA analysis and its respective strategies are presented, concluding that it is a favorable place for the development of agrotourism and this can bring Great benefits to the community.

**Keywords:** Agriculture, Agritourism, Development, Social innovation.

### Résumé

Cet article de recherche est réalisé dans le cadre du projet de recherche "Proposition d'un modèle d'innovation sociale comme stratégie de marketing pour le développement de l'agrotourisme à Boyacá : Province de Sugamuxi", approuvé par l'appel à projets 2018 "Jeunes chercheurs et innovateurs de Colciencias 812". Ainsi, les bases théoriques et l'analyse du DOFA réalisée pour le développement de l'agrotourisme dans la province de Sugamuxi sont présentées ci-dessous, comme une alternative d'innovation sociale. Dans un premier temps, nous procédons à une mise en contexte de la province. Ensuite, l'agrotourisme et l'innovation sociale sont abordés, ainsi que la réglementation colombienne relative à l'exercice de l'activité, puis l'analyse du DOFA et ses stratégies respectives sont présentées, concluant que c'est un lieu propice au développement de l'agrotourisme et que cela peut apporter de grands bénéfices à la communauté.

**Mots-clés :** Agriculture, Agrotourisme, Développement, Innovation sociale.

### Resumo

Este artigo de investigação é realizado no âmbito do Project de investigação "Proposta de um modelo de inovação social como estratégia de marketing para o desenvolvimento do Agroturismo em Boyacá: Província de Sugamuxi", aprovado pelo apelo "Jovens Investigadores e Inovadores de Colciencias 812" de 2018. Desta forma, as bases teóricas e a análise DOFA realizada para o desenvolvimento do agroturismo na Província de Sugamuxi são apresentadas abaixo, como uma alternativa de

inovação social. No início, procedemos à contextualização sobre a província. Mais tarde, o agroturismo e a inovação social são abordados, bem como a regulamentação colombiana relacionada com o exercício da atividade, e depois são apresentadas a análise DOFA e as suas respectivas estratégias, concluindo-se que é um lugar propício para o desenvolvimento do agroturismo, o que pode trazer grandes benefícios para a comunidade.

**Palavras-chave:** Agricultura, Agroturismo, Desenvolvimento, Inovação social.

## Introducción

En el Boletín Técnico de Cuentas Departamentales del DANE, se indica que el Departamento de Boyacá participa en el ‘valor agregado’ del comercio, transporte, alojamiento y servicios de comida entre un 1,1 % a 3 %; en cuanto al ‘valor agregado’ de la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, Boyacá hace un aporte de entre el 3,6 % al 6 % (DANE, 2019).

De acuerdo con este boletín, la vocación productiva de la Región Oriental, en la cual se ubica Boyacá, se orienta a las actividades de industrias manufactureras, comercio al por mayor y por menor, transporte, alojamiento y servicios de comida, administración pública y defensa, educación y salud, y agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca (DANE, 2019).

Tradicionalmente, el Departamento de Boyacá ha tenido vocación agropecuaria; así, para el año 2013, concentró el 28 % de su actividad en el sector primario, pese a que progresivamente se ha notado un descenso en la actividad agrícola, pecuaria y de extracción de minerales (DANE, 2015).

Boyacá contaba en 2019 con 371.992 productores agropecuarios en el área rural, representando al 5,4 % del total nacional. También participó con 372.777 Unidades de producción agropecuaria, que representaron el 12,8 % a nivel nacional. Además, se cuantificó que el 67,1 % de estas unidades disponen de producción para el autoconsumo (Gobernación de Boyacá, 2019).

El 80,3 % de los predios del departamento corresponden a microfundios (menores a 3 ha), 14 % a minifundios (entre 3 y 10 ha), 3,1 % de los predios tienen una extensión entre 10 y 20 ha, 2,5 % poseen una extensión entre 20 y 200 ha, y 0,1 % de los predios son mayores a 200 ha (Gobernación de Boyacá, 2019).

Ahora bien, en experiencias como la de Quindío (Colombia), el agroturismo ha constituido una alternativa de ingreso que permite el fortalecimiento de la cultura cafetera, reconocida por la Unesco como “Patrimonio cultural y turístico de la Humanidad” (Rincón, Santos, & Villegas, 2015).



Por su parte, la Provincia de Sugamuxi está compuesta por 13 municipios: Aquitania, Cuítiva, Firavitoba, Gámeza, Iza, Mongua, Monguí, Nobsa, Pesca, Sogamoso, Tibasosa, Tópaga y Tota. Participa en la producción ovina y caprina. Esta provincia contaba con 1373 usuarios registrados en extensión agropecuaria; a su vez, el mayor número de usuarios registrados se encontraban en Firavitoba (408), Tibasosa (177) y Gámeza (160), y los municipios que no reportaron usuarios fueron Iza, Tota, Sogamoso y Nobsa (Gobernación de Boyacá, 2019).

En el Lago de Tota, uno de los principales atractivos turísticos de esta provincia, se indica que la oferta de servicios es reducida. Los turistas acuden por interés en la agricultura, para obtener conocimiento acerca del cultivo de cebolla y en la producción de abono orgánico, por caminatas y recorridos por granjas sostenibles, en las cuales se ha propagado la idea de sembrar productos distintos a la cebolla con prácticas ambientalmente amigables (Díaz Ayure, 2016).

De acuerdo con indicadores del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en Boyacá existen 1072 prestadores de servicios turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo (a 2017); se registraron 3413 visitantes no residentes por modo aéreo en junio de 2018, 11362 habitaciones de alojamientos turísticos (Ministerio de Comercio, 2019).

El desarrollo turístico se considera clave para promover el crecimiento económico, incrementar los ingresos locales, empoderar a la comunidad económicamente, incrementar las oportunidades de empleo y de negocio, promover la introducción de productos y el mercadeo para mejorar la calidad de vida de la comunidad. El desarrollo de áreas turísticas debe estar planeado para obtener beneficios óptimos para la comunidad (Gunarta & Hanggara, 2018).

Debido a que el agroturismo se considera una actividad propicia para fomentar la integración y el bienestar de las comunidades, en esta investigación se procede a aproximarse a la comprensión de los conceptos de agroturismo, innovación social y la regulación al respecto de la actividad existente en Colombia en el momento de la ejecución del proyecto, de manera que se genera un análisis DOFA que permite presentar estrategias sugeridas para que el agroturismo, como innovación social, se despliegue en la provincia de Sugamuxi.

### **Agroturismo**

Resulta importante iniciar con una aclaración: tanto el turismo rural como el agroturismo se desarrollan en territorios rurales, tomando provecho de sus recursos y atributos; sin embargo, el agroturismo implica necesariamente el involucramiento del turista en las actividades propias de la granja (M. J. Sznajder, 2017).

Dicho esto, algunas definiciones de agroturismo corresponden a: La Ley de Turismo en Colombia, Ley 300 de 1996, así lo conceptualizó:

El agroturismo es un tipo de turismo especializado y dirigido en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas. Por sus características, este tipo de turismo se desarrolla en actividades vinculadas con la agricultura, la ganadería u otra actividad, buscando con ello generar un ingreso adicional a la economía rural. Debido a la vulnerabilidad de la comunidad receptora, el Estado velará por que los planes u programas que impulsen este tipo de turismo contemplen el respeto por los valores sociales y culturales de los campesinos (Congreso de la República de Colombia, 1996).

El agroturismo es una actividad que se realiza en explotaciones agrarias en las cuales los actores complementan sus ingresos con una forma de turismo, facilitando el alojamiento, alimentación y la posibilidad de acercamiento a las labores agropecuarias (Riveros & Blanco, 2011).

En concordancia con estos autores, se afirma que el agroturismo o turismo de granja, es considerado una actividad alternativa que puede contribuir a la sostenibilidad agropecuaria a través de la diversificación de la economía, provisión de oportunidades educativas a los turistas y la generación de cohesión en las comunidades que la practican. Estas actividades incluyen los mercados agrícolas, viñedos, recorridos, centros interpretativos agrícolas, acomodación y eventos campestres, y festivales entorno a la actividad agropecuaria (Colton & Bissix, 2005).

Asimismo, se considera que el concepto de agroturismo es una expansión del ecoturismo que permite a los visitantes experimentar la vida agropecuaria por sí mismos. El agroturismo ha sido apoyado por las pequeñas comunidades de habitantes de las zonas rurales desde que se han desvelado los beneficios del desarrollo sostenible que han conllevado otras formas de turismo en la Naturaleza (Greif, Rauscher, & Söntgerath, 2011).

De hecho, el agroturismo busca aprovechar los recursos naturales y culturales al tiempo que promueve la conservación, y la responsabilidad respecto a las riquezas locales y el medio ambiente. En este segmento se prestan servicios de alojamiento, gastronomía local, actividades basadas en el sector agropecuario, en las cuales los turistas pueden participar e interactuar. También se considera la forma de turismo en la cual la cultura rural se aprovecha económicamente para el turismo, atrayendo principalmente a través de paisajes cultivados (Rodríguez, 2013).

Así las cosas, para el desarrollo del agroturismo en una región, es necesario disponer de infraestructura de transporte y alojamiento, una infraestructura apta para la tradición agropecuaria, apta para ofrecer un servicio de calidad y suplir las necesidades básicas de los turistas. Igualmente, resulta imperativo ofrecer actividades agropecuarias que permitan la participación del turista y reflejen la cotidianidad del campo, las costumbres locales y enseñen el proceso productivo. Igualmente, es importante contar con sistemas de producción sostenible, organizados y con la tecnología apropiada para garantizar condiciones de aprendizaje



seguras al público. Es deseable que las actividades incluyan el disfrute de las riquezas naturales a través de actividades para observar, aprender y conocer la fauna y flora locales (Rodríguez, 2013).

El agroturismo ofrece a los granjeros la posibilidad de diversificar y generar ingresos adicionales a través de actividades turísticas en la granja, suplementando así las bajas tasas de ingreso por actividades agropecuarias. De este modo, se mantiene la viabilidad de las granjas activas y comunidades rurales. Desde una comprensión general, el agroturismo apoya y promueve los recursos agrícolas, tradiciones y cultura (Eurac Research, 2019).

Desde esta perspectiva, el agroturismo permite la articulación de las actividades cotidianas de las granjas con el turismo, contribuyendo al bienestar económico de las comunidades (Ruiz, 2004). Éste es promovido como método de compensación de la disminución del ingreso de las granjas (Dubois, Cawley, & Schmitz, 2017). Y surge como una amalgama de los intereses que emergen de las preocupaciones de orden ambiental, económico y social (Oliveira, Nascimento, & Borges, 2015)

### **Características del Agroturismo**

- Representa una actividad sostenible conectada a la granja, complementaria y diversificadora para las unidades donde trabajan familias con actividades eminentemente agropecuarias.
- Permite interacción directa entre las familias de las granjas y los huéspedes. Esto permite una experiencia cultural in-situ y una comprensión de las prácticas agropecuarias, tradiciones y saberes.
- Provee incentivos para la interacción activa y participación de los huéspedes en las prácticas agropecuarias y la vida en la granja.
- Ofrece la posibilidad de probar productos agropecuarios directamente de la granja.
- Integra servicios que se encuentran estrechamente relacionados con las actividades agropecuarias.
- Se basa particularmente en la creatividad e innovación de los granjeros (Eurac Research, 2018).

### **Beneficios del Agroturismo**

- Genera ingresos adicionales en la granja, contribuyendo a su resiliencia.
- Promueve el turismo de Naturaleza y el ecoturismo.

- Promueve la comprensión de las prácticas agrícolas y de su relevancia social, especialmente, su importancia para la agricultura en pequeña escala.
- Es un instrumento para promover la educación ambiental y la relación Hombre-Naturaleza.
- Contribuye a la conservación de los ecosistemas y la biodiversidad.
- Contribuye a la provisión de bienes y el fortalecimiento de características específicas del paisaje, optimizando el atractivo de los destinos.
- Protege y promueve el patrimonio material e inmaterial, optimiza la interacción intercultural entre grupos socialmente heterogéneos y las relaciones urbanas-rurales.
- Crea vínculos locales en la cadena de suministro de alimentos, contribuyendo a la seguridad alimentaria.
- Es una manera sostenible de integrar a los turistas en las comunidades locales.
- Las mujeres ven el agroturismo como actividad primaria que permite su autorrealización.
- Esta actividad promueve la sucesión a las generaciones más jóvenes de granjeros, incrementa el sentido de pertenencia de la comunidad y el intercambio interregional, así como opciones para la renovación generacional en las áreas rurales, y finalmente, mejoran las habilidades de las familias para manejar las tecnologías de la información y la comunicación (Eurac Research, 2018).
- El reconocimiento de la cultura y tradiciones rurales y sus manifestaciones, siendo el principal atractivo del destino.
- Reconocimiento de la familia y los trabajadores rurales como anfitriones, maestros, y guías, revaloración del habitante rural.
- Requiere una baja inversión inicial, que se concentra esencialmente en mejoras a la vivienda rural.
- Permite habilitar la infraestructura tradicional para la productividad.
- Complementa los ingresos de las unidades productivas al aprovechar su potencial.
- Genera redes de mercado para los productos de las granjas.
- Aprovechamiento de la multifuncionalidad de la unidad productiva.



- Creación de empleos.
- Retorno al campo del capital acumulado en las ciudades a través de los ingresos percibidos por la actividad agroturística (Ruiz, 2004).

### Funciones del Agroturismo

Tabla 1: Funciones del Turismo Rural y Agroturismo.

Función	Descripción
<b>Ocio y Recreación</b>	Proveer ocio en espacios rurales con un amplio rango de productos y servicios agroturísticos.
<b>Promoción de la salud</b>	Ofrecer diferentes formas de promoción de la salud como resultado del contacto de las personas con la Naturaleza y la agricultura; afectan las emociones y sentimientos humanos, ofrecen productos específicos de tecnología avanzada conocida como agroterapia.
<b>Didáctica</b>	Desarrollar el respeto por la Naturaleza y el ambiente natural, las distintas formas de vida, la tradición autóctona y la cultura, las formas de vida de las áreas rurales, el trabajo duro de los granjeros y los resultados de su esfuerzo.
<b>Educativa</b>	A través de la adquisición de conocimiento acerca de la Naturaleza, plantas, animales, alimentos y producción local por parte de granjeros, turistas y comunidades rurales. Al mismo tiempo, los granjeros adquieren nuevas capacidades sirviendo a los turistas, gestionando sus empresas y practicando lenguas extranjeras.
<b>Cultural</b>	Comprende la renovación de las tradiciones rurales, asegurando y revitalizando el patrimonio de las áreas rurales.
<b>Social</b>	Para la comunidad local, se generan nuevas oportunidades de empleo, que es la función social más importante del turismo rural y agroturismo. El empleo es ofrecido como resultado de la demanda de servicios directos e indirectos para los turistas. Los servicios indirectos de turismo resultan del aumento en la demanda de servicios de la comunidad. La segunda función social del turismo rural y agroturismo es la reducción de la emigración del campo a la ciudad, especialmente de los jóvenes. La tercera función social consiste en la extensión de varias relaciones sociales como resultado de la conservación y construcción de relaciones con los habitantes urbanos.
<b>Económica</b>	Para los granjeros, es importante obtener un ingreso adicional al ofrecer servicios de turismo y mercadear



	productos agropecuarios. Es posible usar recursos de la granja para iniciar producción adicional para los turistas, como artesanías, manualidades y herrería. El desarrollo de la infraestructura local incluye instalaciones turísticas, recreacionales, vías, transporte público, acueductos, redes de alcantarillado, plantas de tratamiento de agua, mejora los estándares de vida y las condiciones para los habitantes rurales.
<b>Espacial</b>	Se relacionan con el cuidado del aspecto estético de las haciendas, casas, calles y espacios públicos. Las edificaciones antiguas que no han sido habitadas en un tiempo, son revitalizadas y así, el patrimonio arquitectónico rural es preservado.
<b>Ambiental</b>	Para desarrollar actividades de cuidado y conservación del entorno natural.

*Fuente: (M. J. Sznajder, 2017).*

### **Motivaciones de los consumidores del Agroturismo**

- Acercarse a la Naturaleza.
- Ambientes relajantes.
- Conocer nuevas personas en una nueva región ideal con una perspectiva diferente de la vida en la Naturaleza.
- Proveer espacio amplio para que los niños jueguen en un ambiente seguro.
- La oportunidad de vacacionar en familia de modo que todas las generaciones que la conforman disfruten.
- Participar y experimentar el proceso de trabajo diario en la granja.
- Actividades y deportes al aire libre (Greif et al., 2011).

### **Aspectos clave para el desarrollo del Agroturismo**

El agroturismo se propone como una alternativa para enfrentar la crisis del sector agropecuario. La intención del agroturismo es promover la financiación de la actividad agropecuaria y promover la venta de los productos que esta genera (Dragulanescu, Lanfranchi, & Giannetto, 2016).

Algunos aspectos que Sznajder (2017) indica que el turismo rural y agroturismo deben atender para funcionar son:

- Leyes: Algunos países cuentan con leyes orientadas al turismo rural y agroturismo; sin embargo, no es común. Aun así, estas



prácticas deben respetar las regulaciones dispuestas para la actividad económica en términos de actividad legal, impuestos, seguridad, talento humano y demás mandatos que rijan sobre el territorio en que opera (M. J. Sznajder, 2017). En el caso de Colombia, la Ley 300 de 1996, que regula el turismo, contempla el agroturismo.

- **Organización:** Se compone a su vez de cuatro aspectos: estructuras que funcionan en el turismo rural y agroturismo, especialmente granjas; el modo y rango de cooperación entre estas estructuras; la organización de la estructura interna de la entidad de turismo; y el proceso de producción o provisión de servicios
- **Administración:** Para garantizar el funcionamiento de una empresa, se requiere de planeación, organización, toma de decisiones, motivación y control. Las áreas más importantes de la empresa para las actividades de turismo rural y agroturismo corresponden a: administración de talentos humanos, gestión de bienes y servicios, administración del flujo de turistas, gestión de la hospitalidad, que incluye la etiqueta, gestión de las emociones y la transferencia de conocimientos; y finalmente, la gestión del riesgo, que abarca desde la gestión de las fuentes de riesgo, al riesgo económico y riesgos de salud.
- **Marketing:** En el ámbito del agroturismo está específicamente condicionado por el hecho de que estas entidades de están dispersas territorialmente, y es una actividad de relativa pequeña escala. La internet se considera el mejor canal de promoción para el agroturismo; los precios también juegan un rol importante en esta especialidad.
- **Economía:** Es necesario llevar la contabilidad de la entidad de turismo, no sólo para el pago de impuestos, sino para realizar análisis económicos, especialmente respecto a los costos de la actividad económica, punto de equilibrio, recursos de financiación, liquidez financiera, retorno sobre la inversión y riesgo financiero (M. J. Sznajder, 2017).

### Actividades de Agroturismo

Este tipo específico de turismo se considera -por parte de entidades públicas y privadas- como estrategia para dinamizar el desarrollo de zonas rurales por su capacidad de generar ingresos adicionales a los productores agropecuarios. El paisaje, las prácticas y la fabricación artesanal de productos son recursos de la vida rural que otorgan valor agregado al turismo. Esta actividad contribuye al desarrollo rural, promoviendo la generación de empleos, el incremento de ingresos y la generación de procesos conducentes al bienestar (Riveros & Blanco, 2011). Los bienes y servicios del turismo rural y agroturismo se han dividido en clústeres (M. Sznajder & Przezbórska, 2004):

- Agro-acomodación rural: estadía en granja, estadía en cabaña, agro-hotel / motel, camas de autoservicio, agro-camping, servicios especiales de agro-hotel.
- Agro-gastronomía: Comidas caseras, cantinas, restaurantes.
- “Agroturismo real”: Observación de procesos de manufactura, participación en procesos de manufactura, caminatas y tours educativos, granjas zoológico.
- Ventas agropecuarias directas: ventas directas de productos agropecuarios, ventas del tipo “elija el suyo”, granjas y tiendas empresariales.
- Etnografía: granjas históricas o antiguas, villas históricas, museos de folclor y cultura, festividades folclóricas y familiares, estadías en granjas de personajes destacados.
- Agro-deporte: caminatas y marchas, cabalgata, deportes que requieren espacios amplios, juegos de área de nueva generación, cacería, pesca.
- Agro-terapia: equino terapia, terapia con plantas y animales medicinales, dietas específicas, sanatorios.
- Agrotelecreación: recreación vacacional, recreación de fin de semana, estadías vacacionales.
- Agroentretenimiento: visitas a parques y jardines, excursiones y salidas agroturísticas, laberintos de cultivo de maíz y soya (M. Sznajder & Przezbórska, 2004).
- Entre las actividades del agroturismo, Riveros & Blanco (2011) identifican:
  - Pesca
  - Paseos en bote, carreta o caballo
  - Alimentación de animales de granja
  - Observación de procesos agroindustriales
  - Consumo de gastronomía local y tradicional
  - Fotografía rural
  - Esquila de ovejas
  - Ordeño



- Elaboración de lácteos
- Elaboración de conservas
- Observación del manejo de cultivos (Riveros & Blanco, 2011).

El agroturismo combina factores como la cultura, estrategia, emprendimiento, asociación y constancia. Esta actividad debe generar los ingresos suficientes para solventar las inversiones requeridas en mantenimiento, adecuación y construcción de infraestructuras para la prestación de servicios y la producción de bienes. Es importante realizar mejoras constantes en el servicio al cliente, calidad, higiene y orden (Riveros & Blanco, 2011).

De esta manera, el agroturismo incluye actividades variadas que permiten el aprovechamiento de las capacidades productivas de la granja, beneficiando a las comunidades dedicadas a labores agropecuarias, y al turista, por la diversidad de la oferta.

En el caso de la Provincia de Sugamuxi, el desarrollo de esta actividad permitiría aprovechar con plenitud el potencial productivo y recursos de la granja de manera sostenible, así como transmitir los sabores y saberes ancestrales, mientras se generan ingresos complementarios y redes comunitarias, entre otros beneficios que impactan directamente a través de mejoras en la calidad de vida de los habitantes y trabajadores de áreas rurales.

### **Innovación Social**

La innovación social consiste en los procesos y resultados que desarrollan un abordaje novedoso para problemas o necesidades sociales (Nicholls & Dees, 2015). Este tópico constituye una fuerza transformadora generada a través de la interrelación entre actores, estructuras institucionales y sistemas sociales (Cajaiba-Santana, 2014). En efecto, se han otorgado dos significados a la Innovación social en la literatura académica. El primero de ellos, fundamentalmente usado en la sociología, fue usado para referirse a la creación de nuevos patrones de interacción humana, nuevas estructuras sociales, o nuevas relaciones sociales; el segundo, se enfoca en las innovaciones diseñadas para abordar problemas sociales o ambientales o responder a un fallo de mercado o necesidad específica. Con frecuencia, ambos tipos de innovación se mezclan para establecer nuevos patrones de relaciones sociales con resultados socialmente benéficos (Nicholls & Dees, 2015).

La innovación social es realmente social –aunque parezca un pleonasmotanto en sus medios como en sus fines, creando a su paso nuevas relaciones sociales y colaboraciones mientras se resuelven problemas o necesidades sociales específicas. Además, otorga especial relevancia a los sistemas y procesos de cambio en las relaciones sociales, y a la innovación en la conceptualización, diseño y producción de bienes y

servicios que atienden problemas o necesidades ambientales, sociales y fallos de mercado (Nicholls & Dees, 2015).

A su vez, puede ser vista como la producción simultánea de nuevas ideas y estructuras sociales, y un proceso de recontextualización de las normas del bien público, justicia y equidad; es transversal en todos los sectores de la sociedad, combinando las lógicas de lo público, privado y la sociedad civil en organizaciones híbridas, y nuevas formas de acción (Nicholls & Dees, 2015).

Para el sector privado, existen dos dimensiones de innovación social: la primera es el reconocimiento de que las innovaciones tecnológicas fallan si no se encuentran integradas con cambios en las relaciones sociales dentro de la organización; y segundo, como una nueva agenda para el rol de la empresa en la sociedad (Nicholls & Dees, 2015).

Para el Estado, la innovación social es una manera de contribuir al bienestar social con eficiencia y efectividad, también promueve la transformación en las estructuras de poder para hacer más efectiva y equitativa la distribución de los bienes y servicios. Para la sociedad civil, la innovación social involucra procesos de cambio organizacional como nuevas figuras legales y colaboraciones, y resultados novedosos, como nuevos productos o servicios (Nicholls & Dees, 2015).

A su vez, la innovación social representa nuevas ideas que responden a necesidades sociales no atendidas. Sin embargo, más allá de esto, existen dos grandes escuelas de pensamiento respecto a la definición de innovación social: nuevos procesos sociales, y nuevos resultados. Por un lado, se le considera como la generación e implementación de nuevas ideas sobre la organización de actividades interpersonales o interacciones sociales, para responder a una o más metas comunes (Nicholls & Dees, 2015).

Asimismo, se considera que la innovación social es un complejo proceso de introducción de nuevos productos, procesos o programas que cambian profundamente las rutinas básicas, flujo de recursos y autoridad o creencias del sistema social en el cual la innovación ocurre. Además, las innovaciones sociales son durables y tienen un amplio impacto (Nicholls & Dees, 2015).

La innovación social también es vista como respuesta a fallas en el mercado en la provisión de bienes públicos vitales. Por lo tanto, también se percibe que la innovación social es una solución novedosa a un problema que resulta más efectivo, eficiente y sostenible o simplemente mejor que las soluciones existentes y por el cual el valor creado aumenta para la sociedad como un todo (Nicholls & Dees, 2015).

En este orden de ideas, se tipifican tres tipos de innovación social:

- Innovación incremental: innovación en bienes y servicios existentes



para abordar problemas o necesidades sociales de manera más efectiva o eficiente

- Innovación institucional: orientada a la reconfiguración de las estructuras sociales y económicas para generar valor social y nuevos resultados
- Innovación social disruptiva: orientada a cambios en los sistemas a través de la acción política; típicamente, es promovida por los movimientos sociales que buscan replantear problemas para beneficiar grupos de personas que de otra manera no serían atendidos (Nicholls & Dees, 2015).

Y, a su vez, se puntualiza que los niveles de impacto social corresponden: a individual, organización, red/movimiento y sistema (Nicholls & Dees, 2015).

Los autores establecieron los estadios-clave del desarrollo de innovación social como un proceso no lineal. Efectivamente, este modelo se caracteriza por una serie de puntos clave de inflexión:

1. Aviso
2. Propuestas
3. Prototipos
4. Sostenibilidad
5. Escala
6. Cambio sistémico (Nicholls & Dees, 2015).

A todas luces, la innovación social no presenta límites fijos, sucede en todos los sectores, y muchos de los costos de la acción creativa traspasan los límites entre sectores. Con frecuencia, la innovación puede surgir a partir de intentos por resolver contradicciones y tensiones entre diferentes campos de acción (Nicholls & Dees, 2015).

Schumpeter contempla cinco dimensiones de la innovación:

1. La introducción de un nuevo producto o una versión mejorada de un producto existente.
2. La introducción de un método de producción mejorado.
3. El desarrollo de un nuevo mercado o entrada de un nuevo oferente a un mercado existente.
4. El desarrollo de un nuevo recurso de provisión o cadena de provisión.
5. Una organización más eficiente o efectiva de cualquier industria o sector (Nicholls & Dees, 2015).

El éxito en la innovación requiere un ecosistema en el que se encuentren proveedores de recursos, socios de la cadena de valor, y oferentes complementarios (Nicholls & Dees, 2015).

Por su parte, Cajaiba-Santana (2014) consideran que ver la innovación social como un medio para resolver problemas sociales a través de la creación de bienes y servicios, corresponde a una perspectiva estrecha, debido a que, en primer lugar, la solución a un problema social no es necesariamente una innovación social, e incluso las innovaciones técnicas pueden estar orientadas a la solución de un problema social; en segundo lugar, esta visión propone una interpretación material de la innovación social, a pesar de que se resalta el carácter inmaterial de la misma, y se cita que “las innovaciones sociales no son materiales: sus productos materiales son únicamente resultados suplementarios y no se enfocan en las necesidades sino en la construcción de activos”, motivo por el cual las innovaciones sociales se manifiestan en cambios de actitud, comportamiento o percepciones, resultando en nuevas prácticas sociales; en tercer lugar, la innovación social se trata de cambio social, y esta debería ser la característica con mayor relevancia, pues no se habla únicamente de cambios en la manera en que los actores sociales actúan e interactúan, sino que se cambia el contexto social en el cual estas acciones toman lugar a través de la creación de nuevas instituciones y sistemas sociales.

Desde luego, una innovación social toma forma cuando una idea nueva establece un cambio en la manera de pensar y actuar que altera los paradigmas existentes; el autor sostiene que las innovaciones sociales son nuevas prácticas sociales creadas a partir de acciones colectivas, intencionales y orientadas a una meta común que promueven el cambio social a través de la reconfiguración de la manera en que se cumplen las metas sociales (Cajaiba-Santana, 2014).

No obstante, no todo proceso de cambio social corresponde a una innovación social; primero debe tratarse de una novedad, y segundo, en las acciones orientadas con el propósito de alcanzar un resultado deseado. Las innovaciones sociales se asocian con acciones intencionales, planeadas, coordinadas, orientadas a objetivos y legitimadas, tomadas por actores sociales cuya meta es que surja el cambio social y se establezcan nuevas prácticas sociales (Cajaiba-Santana, 2014).

Ahora bien, en el caso de la implementación del agroturismo en la Provincia de Sugamuxi, este surgiría como una idea que no se ha desarrollado en la provincia, y adquiere el potencial de modificar la perspectiva desde la cual se ven las granjas en la región. Se trataría del despliegue de una actividad económica que debe soportarse en redes comunitarias y alianzas, para constituirse sólidamente y generar compromiso para una práctica responsable de esta actividad turística, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida en las áreas rurales de la provincia, a manera de propuesta replicable y escalable.



## Regulaciones relacionadas con el ejercicio del agroturismo en Colombia

El turismo es un sector que involucra varias industrias y contribuye a la generación de empleos. Se considera que el turismo es un sector con demanda estacional y sujeto a volatilidades por choques externos como eventos de seguridad, económicos, naturales, entre otros. A su vez, es intensivo en capital y trabajo, por lo cual se otorgan incentivos y se establecen normas para fomentar inversiones necesarias para los desarrollos turísticos (Sicilia, Alonso, & Alfonso, 2013).

Los segmentos para los cuales la OMT pronostica crecimiento dentro del turismo corresponden a: bienestar, cultura, ecoturismo, aventura / extremos, cruceros y B2B (Sicilia et al., 2013).

Por su parte, el Gobierno Nacional considera al sector turismo un renglón estratégico, una opción dotada de viabilidad y rentabilidad, en sintonía con el desarrollo sostenible. El país ofrece oportunidades por su biodiversidad y aspectos culturales que fortalecen la competitividad para la generación de ingresos, empleo y la mejora de la calidad de vida de la población, lo cual transforma al turismo en una alternativa para la transformación regional, la reconciliación y la mejora de la imagen del país (Restrepo et al., 2018).

El turismo contribuye a incrementar la productividad nacional al dinamizar el crecimiento económico y el desarrollo sostenible de manera efectiva, viabilizando así la equidad (Restrepo et al., 2018).

Las líneas estratégicas contempladas en el Plan Sectorial de Turismo (2018–2022) corresponden a:

1. Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo.
2. Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país.
3. Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo.
4. Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo.
5. Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo.
6. Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad (Restrepo et al., 2018).

En el Plan Sectorial de Turismo (2018–2022), se reconoce la necesidad de fortalecer la institucionalidad, la capacidad de gestión, fortalecer el marco normativo y generar un esquema de información, financiación y responsabilidad entre los actores del turismo para optimizar y consolidar el sector en términos de política pública (Restrepo et al., 2018).



En la segunda línea estratégica definida en el Plan Sectorial de Turismo (2018–2022), que corresponde a “gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país”, se desarrollan los productos del “Arcoíris Turístico” de la propuesta del Plan de Gobierno, entre las cuales, al verde corresponden el turismo de Naturaleza, ecoturismo, aventura y científico (Restrepo et al., 2018). Sznajder (2017) considera que el agroturismo hace parte del turismo de Naturaleza.

A decir verdad, el agroturismo se concibe como un abordaje de las necesidades humanas a través de la apropiación de la sostenibilidad, idoneidad, belleza y comodidad (Kaswanto, 2015).

La gestión integral de destinos y el fortalecimiento de la oferta turística se orientan a la diversificación y especialización, a mejorar la integración de los territorios, aumentar la tasa de ocupación en alojamientos, mayor uso de los servicios y atractivos turísticos, incentivando la inversión de los turistas en actividades de entretenimiento, animación y recreación en los destinos, lo cual mejora la calidad de vida de las comunidades con un efecto multiplicador (Restrepo et al., 2018).

Debido a que Colombia es considerado uno de los 17 países Megadiversos, MinCIT ha identificado vocaciones turísticas prioritarias a nivel nacional con potenciales altamente diferenciadores. Entre ellos, se encuentra el Turismo de Naturaleza, que abarca una oferta especializada en ecoturismo en áreas protegidas, turismo de aventura, agroturismo, turismo rural, acuaturismo y científico. Al respecto, se indica que el país cuenta con oportunidades para el desarrollo del turismo en dos ruedas, ecuestre, náutico, buceo, pesca deportiva, senderismo y observación de fauna y flora, en particular el avistamiento de aves, al ser el segundo país más biodiverso del mundo. Esto constituye una posibilidad para desarrollar procesos sostenibles con alto impacto económico (Restrepo et al., 2018).

Desde el Plan Sectorial de Turismo (2018–2022), se plantea que:

MinCIT, con el apoyo de MinAgricultura, implementará un programa especial de apoyo al agroturismo, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 26° de la Ley 300 de 1996, promoviendo la vinculación diferencial al respeto de los valores sociales, culturales y medios de vida de los campesinos, en el desarrollo de estas iniciativas (Restrepo et al., 2018, p. 23).

Los Ministerios de Agricultura y Desarrollo Rural, MADR y MinCIT promoverán clústeres y cadenas de valor de etnoturismo, agroturismo y ecoturismo, integrando proyectos de desarrollo rural, agropecuario y ambiental existentes. Igualmente, MinCIT y MinCultura, promoverán la vinculación de los agentes culturales que hacen parte de la cadena de valor de turismo cultural al programa de fortalecimiento de capacidades empresariales (Restrepo et al., 2018, p. 40).

MinCIT brindará asistencia técnica e incentivos especiales para las



comunidades vinculadas al turismo como prestadores de servicios turísticos y complementarios, para su trabajo en red, en materia de formación en liderazgo y empoderamiento; la generación de ideas de negocios y emprendimientos; desarrollo de productos, actividades y servicios turísticos, así como en materia de mercadeo, promoción, comercialización e inserción en la cadena de valor. Este trabajo tendrá en cuenta los procesos de autodeterminación y reconocimiento de las comunidades étnicas, cuando aplique (Restrepo et al., 2018, p. 40).

Asimismo, MinCIT adelantará acciones que fomenten la responsabilidad social y proyectos de valor compartido para el desarrollo empresarial del sector turístico, prioritariamente en materia de transferencia de conocimiento, generación de negocios inclusivos, economías circulares, sostenibilidad, protección del ambiente y adaptación al cambio climático (Restrepo et al., 2018, p. 40).

### **Metodología**

Se aplica una metodología analítico-descriptivo-documental, debido a que se analiza la posibilidad de la adopción del Agroturismo como alternativa de innovación social para la Provincia de Sugamuxi, Boyacá, atendiendo a lo consignado en los documentos de planes de desarrollo municipales de 12 municipios (Aquitania, Firavitoba, Gámeza, Iza, Mongua, Monguít, Nobsa, Pesca, Sogamoso, Tibasosa, Tópaga y Tota) para la vigencia 2016-2019, en contraste con los informes de rendición de cuentas suministrados durante ese periodo de tiempo que dan cuenta de la materialización de las intenciones del desarrollo de esta actividad en cada municipio. Se describen los conceptos de agroturismo, innovación social y se revisa la regulación nacional al respecto del desarrollo del agroturismo. Asimismo, fue posible realizar entrevistas a funcionarios de 4 municipios de la provincia: Gámeza, Firavitoba, Iza y Nobsa; que permiten comprender la perspectiva local respecto a la implementación de esta actividad en las áreas rurales.

### **Resultados**

Por consiguiente, teniendo en cuenta las anteriores definiciones, se propone que el agroturismo, desarrollado como innovación social puede contribuir a la mejora de las condiciones de vida de las áreas rurales de la Provincia de Sugamuxi.

A través del análisis de los planes de desarrollo municipal del periodo 2016-2019, se estableció que 3 de los 12 municipios (25%) contemplaron el agroturismo de manera explícita; estos eran Aquitania, Firavitoba y Pesca. En las rendiciones de cuenta de estos municipios, no se manifiesta de manera explícita el cumplimiento de metas relativas al agroturismo; sin embargo, en entrevista con el funcionario de turismo de Firavitoba, se evidenció avance en materia de agroturismo en su municipio a través de la creación de la Secretaría de desarrollo, ambiente y fomento agropecuario, que atiende las necesidades del sector turístico.

A partir de la información recopilada a través de la revisión documental de planes de desarrollo, informes de rendición de cuentas y entrevistas, se desarrolló el siguiente análisis DOFA para la provincia de Sugamuxi, en cuanto al desarrollo del agroturismo:

Objetivo: Realizar un análisis DOFA sobre la oferta agroturística de la provincia de Sugamuxi.

### **Debilidades**

- Algunos municipios no disponen o no actualizan la información de sus páginas web.
- Los municipios no han desarrollado planes específicos orientados al desarrollo del agroturismo.
- Pocos municipios ofrecen actividades clasificadas dentro del agroturismo y las clasifican y apoyan como tales.
- El concepto de agroturismo no está extendido ni es claro para los municipios.
- Algunos municipios no participan en el Consejo Provincial de Turismo, de modo que no articulan esfuerzos con otras entidades, instituciones u organizaciones para el fomento del turismo en general ni el agroturismo en específico.
- La cobertura de servicios públicos de calidad en las áreas rurales aún es insuficiente, y debido a ello, se limita la capacidad de prestación de servicios turísticos y el uso de tecnologías para comunicar la oferta.
- Existen pocos guías turísticos certificados.
- Es necesario capacitar a los prestadores de servicios turísticos y habitantes de la zona para esta labor, así como en el manejo de idiomas extranjeros.
- La disponibilidad presupuestal de los municipios limita las posibilidades de financiación de proyectos de agroturismo e iniciativas al respecto.

### **Oportunidades**

- Las tendencias en turismo se inclinan hacia modalidades de turismo sostenible, alternativo, que realce las particularidades culturales, los productos orgánicos y las tradiciones de producción artesanal, cualidades esenciales del agroturismo, lo que convierte al desarrollo de esta actividad en una oportunidad significativa para la provincia.



- Mejorar la situación económica de los habitantes de áreas rurales a través del desarrollo del agroturismo como actividad para generar ingresos complementarios en cualquier época del año.
- Establecer una articulación entre todos los municipios de la provincia para promoverla como destino turístico y específicamente, agroturístico, recurriendo a la colaboración entre los oferentes, la academia y el Estado.
- Fomentar la identidad de cada municipio, de la provincia, el departamento y la región.
- Promover la conservación de los procesos de elaboración tradicional, artesanal y la producción limpia y de productos orgánicos.
- Promover las prácticas agropecuarias sostenibles.
- Crear políticas públicas que fomenten el agroturismo.
- Fomentar la asociatividad entre las personas que poseen o desean poseer un proyecto de agroturismo.
- Establecer alianzas con agencias de turismo que comuniquen la oferta de agroturismo en la provincia.
- Aprovechar las facilidades que provee la tecnología para comunicar la oferta de bienes y servicios, así como concretar negocios y obtener información para mejorar continuamente.

### Fortalezas

- Los municipios tienen una vocación esencialmente agrícola, lo que permite sentar las bases para el desarrollo del agroturismo, disponiendo de los espacios para el desarrollo de la actividad
- Los municipios poseen riquezas y belleza natural que forman parte de su atractivo turístico y paisajístico.
- Los municipios conservan la tradición de la realización de ferias y fiestas folclóricas que se realizan anualmente sin falta por la importancia que tienen para la comunidad, atrayendo a los turistas.
- La realización de las tareas agropecuarias y actividades cotidianas en la región conserva tradiciones ancestrales, constituyendo valores agregados para el desarrollo del agroturismo.
- Algunos de los productores agropecuarios se encuentran reunidos en asociaciones.
- Los municipios se encuentran geográficamente ubicados cerca de

la capital de provincia (Sogamoso), y relativamente cerca de la capital del Departamento (Tunja) y del país (Bogotá).

### Amenazas

- Departamentos como Quindío y Santander han consolidado atractivas ofertas de agroturismo y ya han desarrollado mecanismos de apoyo y promoción para quienes desarrollen estas actividades, siendo una competencia fuerte.
- No se han establecido políticas públicas de fomento y apoyo al agroturismo en los municipios ni el Departamento.
- La infraestructura para el transporte puede mejorar para facilitar el acceso a los municipios.
- Prácticas no responsables de turismo ejercidas por los visitantes.

### Discusión

Partiendo de la información recopilada para el análisis DOFA, se establecieron las siguientes estrategias:

#### FO

1. Crear negocios de agroturismo, teniendo en cuenta las tendencias de turismo alternativo, producción orgánica y artesanal, así como la conservación de las tradiciones.
2. Establecer una alianza entre el Estado, la academia, oferentes e interesados en ofertar agroturismo con el fin de establecer mecanismos de apoyo.
3. Promocionar la oferta agroturística en ferias, fiestas y eventos que se realicen en el municipio y fuera de él.
4. Exaltar las tradiciones y atributos culturales como parte de una identidad municipal y regional.
5. Constituir una asociación de oferentes de agroturismo.
6. Mejorar el acceso a servicios, la infraestructura y el transporte para facilitar el acceso a los destinos agroturísticos.
7. Formular políticas públicas especialmente dirigidas a la promoción de la actividad agroturística en cada municipio y a nivel departamental.



## OD

1. Mantener las páginas de cada municipio actualizadas y verificar la claridad y veracidad de la información.
2. Establecer la cartera de productos y servicios de los prestadores que a grandes rasgos se estima que se divide en:
3. Acomodación rural, agrogastronomía, observación y participación en procesos de manufactura, caminatas y tours educativos, granjas zoológico, ventas agropecuarias directas, museos de folclor y granjas históricas, agroturismo (caminatas, marchas, cabalgatas, deporte en espacio amplio, cacería, pesca), terapias (con equinos, plantas, dietas, sanatorios), recreación vacacional en granjas, visitas a parques y jardines, excursiones, laberintos de vegetación, fotografía rural, paseos en bote, ordeño y esquila. En una fase futura, con un mayor soporte financiero y ampliando la gama dirigida al público en edades de los 36 años en adelante, se pensaría en establecer servicios y productos de lujo para la relajación y bienestar.
4. Gestionar la capacitación de guías y oferentes de turismo, especialmente agroturismo.

## FA

1. Exaltar la vocación del Departamento para promover la identidad e imagen, así como la idoneidad de la región para la oferta del agroturismo.
2. Formular políticas públicas orientadas al apoyo del agroturismo a nivel municipal y departamental.

## DA

1. Crear y desplegar un plan estratégico de comunicación.
2. Estimular la participación de los municipios en el Consejo Provincial de Turismo.
3. Gestionar apoyo de entidades gubernamentales para canalizar recursos que promuevan el agroturismo.
4. Gestionar apoyo para capacitaciones que conduzcan a la certificación que demuestre la idoneidad de la oferta de servicios turísticos y las personas que los prestan.

Los resultados obtenidos indican que el agroturismo constituye una alternativa de innovación social que permite el despliegue de las capacidades productivas de las unidades agropecuarias, y cumple funciones de ocio y recreación, promoción de la salud, didáctica, educación, cultura, sociales, económicas, espaciales y ambientales.

Desde este punto de vista, este renglón promisorio puede propiciar las oportunidades de empleo en el campo en la provincia de Sugamuxi, complementar los ingresos de las granjas y ofrecer de esta manera, una oportunidad de recuperar y preservar la cultura y tradiciones locales, mejorar las condiciones de vida de la población y reducir las migraciones hacia áreas urbanas.

Sin embargo, para lograr establecer unidades productivas dedicadas al agroturismo con éxito, es necesario que se construyan las condiciones adecuadas para estimular la inversión, la creación de emprendimientos, capacitación, mejora y creación de infraestructura, lo cual implica una fuerte articulación entre el sector privado, la academia y el Estado para aunar esfuerzos.

### Conclusiones

Boyacá entraña una vocación eminentemente agropecuaria y, por lo tanto, su cultura y tradiciones se encuentran fuertemente arraigadas en estas prácticas. En efecto, en el Departamento predominan los microfundios, de modo que más del 80 % de los predios disponen de menos de 3 Ha.

A nivel nacional, el agroturismo ha registrado experiencias exitosas en Departamentos como Quindío y Santander, de modo que existe la posibilidad de que Boyacá pueda aprender de los desarrollos previos de la actividad en el país y adaptar algunas buenas prácticas a su contexto.

El desarrollo turístico es clave para promover el crecimiento económico, incrementar los ingresos, empoderar a la comunidad, incrementar las oportunidades de empleo y negocio, promover la introducción de productos y mercado para incrementar el bienestar de la comunidad.

Puntualmente, para el desarrollo exitoso del agroturismo, una adecuada planeación de las áreas turísticas es fundamental.

El agroturismo se distingue del turismo rural porque implica necesariamente el involucramiento del turista en las actividades de la granja. La ley de turismo en Colombia considera que la actividad de agroturismo genera un ingreso adicional a la economía rural, cuya comunidad receptora es considerada vulnerable, motivo por el cual el Estado velaría porque los planes o programas dedicados a este tipo de turismo contemplen el respeto por los valores sociales y culturales de los campesinos. El agroturismo es una actividad alternativa que contribuye a la sostenibilidad agropecuaria a través de la diversificación, oportunidades educativas para los turistas, y la cohesión de las comunidades.

El agroturismo optimiza los recursos naturales y culturales promueve la conservación, responsabilidad, respeto a las riquezas locales y el medio ambiente. Se considera una forma de turismo en la cual la cultura rural se aprovecha económicamente para el turismo.

Para operar en agroturismo es necesario disponer de infraestructura de transporte y alojamiento, una infraestructura apta para la tradición agropecuaria, para ofrecer un servicio de calidad y suplir las necesidades



básicas de los turistas. Las actividades agropecuarias deben permitir la participación de los turistas y reflejar la cotidianidad del campo, las costumbres locales y procesos productivos. Asimismo, es importante garantizar condiciones de aprendizaje seguras para los visitantes.

El agroturismo permite la articulación de las actividades cotidianas de las granjas con el turismo, contribuyendo al bienestar económico de las comunidades. De este modo, se promueve como método de compensación del ingreso en las granjas.

El agroturismo se caracteriza por ser una actividad sostenible conectada a la granja, permitir la interacción directa entre las familias locales y los huéspedes, ofrece la posibilidad de probar nuevos productos agropecuarios, integra servicios que se relacionan estrechamente con las actividades agropecuarias y se basa esencialmente en la creatividad e innovación de los granjeros.

Entre los beneficios del agroturismo se encuentran: genera ingresos adicionales a la granja, promueve el turismo de Naturaleza y ecoturismo, promueve la comprensión de las prácticas agrícolas y la educación ambiental e interacción del hombre con la Naturaleza, contribuye a la conservación de los ecosistemas y la biodiversidad, aporta a la provisión de bienes y el fortalecimiento del atractivo de los destinos, protege el patrimonio material e inmaterial, contribuye a la seguridad alimentaria, favorece la integración y permite la sucesión de las generaciones jóvenes, así como el reconocimiento de la cultura y tradiciones rurales, se reconoce a la familia y los trabajadores rurales, requiere una baja inversión inicial, permite habilitar la infraestructura tradicional para la productividad, complementa los ingresos, genera redes de mercado, aprovecha la multifuncionalidad de la unidad productiva, crea empleo y regresa al campo el capital acumulado en las ciudades.

El agroturismo cumple funciones de ocio y recreación, promoción de la salud, didácticas, educativas, culturales, sociales, económicas, espaciales y ambientales. Este tipo de turismo se propone como alternativa para enfrentar la crisis del sector agropecuario y financiar la actividad de este. Además, se considera una estrategia para dinamizar el desarrollo de zonas rurales por su capacidad de generar ingresos adicionales.

Las motivaciones que llevan a los turistas a optar por el agroturismo, son diversas, y esto corresponde con la variedad de actividades que comprende este tipo de oferta, que abarca la agro-acomodación rural, agro-gastronomía, “agroturismo real”, ventas agropecuarias directas, etnografía, agro-deporte, agro-terapia, agro-recreación y agro-entretenimiento.

El ejercicio del agroturismo puede generar ingresos suficientes para solventar las inversiones requeridas en mantenimiento, adecuaciones e infraestructuras para la prestación de servicios y producción de bienes.

La innovación social consiste en procesos y resultados que desarrollan un



abordaje novedoso ante problemas o necesidades sociales. Asume las modalidades incremental, institucional y social disruptiva; sus niveles de impacto pueden ser individual, organización, red/movimiento y sistema. Los estadios clave de la innovación social son aviso, propuestas, prototipos, sostenibilidad, escala y cambio sistémico. El éxito de una innovación requiere de un ecosistema en el cual existan proveedores, socios y oferentes complementarios.

La implementación de agroturismo en la Provincia de Sugamuxi constituye una alternativa de innovación social para complementar los ingresos de las granjas y compensar las fluctuaciones de precio de los productos agropecuarios en el mercado, mejorar la cooperación, fomentar la asociatividad, evitar la migración de la población hacia las ciudades con la generación de empleo y la mejora de la infraestructura y la prestación de servicios, redundando en la mejora de la calidad de vida y bienestar de la comunidad.

Por su parte, el gobierno colombiano considera que el sector turístico es un renglón estratégico, viable, rentable y en sintonía con el desarrollo sostenible. De hecho, en el Plan Sectorial de Turismo (2018-2022), se planteó que se daría apoyo al agroturismo, en concordancia con lo mencionado en el artículo 26 de la Ley 300 de 1996, conocida como Ley de Turismo.

Asimismo, se evidenció que las principales debilidades de los municipios frente al desarrollo del agroturismo estuvieron relacionadas con falta de comunicación interna y externa, así como falta de información, participación, capacitación y disponibilidad presupuestal. Las oportunidades se basaron esencialmente en las tendencias de turismo alternativo, la mejora de las condiciones de vida de la población, la articulación entre los municipios de la provincia, el fomento de la identidad, la conservación de las tradiciones, la producción limpia, sostenibilidad, la creación de políticas públicas de fomento al agroturismo, el fomento de la asociatividad, establecimiento de alianzas, y el aprovechamiento de la tecnología. Entre las fortalezas se identificó que los municipios poseen una vocación eminentemente agropecuaria, con riquezas y belleza natural, tradiciones ancestrales, la existencia de asociaciones de productores, y la ubicación de los municipios, cercana a Tunja, capital del departamento, y Bogotá, capital de Colombia.

Finalmente, las amenazas correspondieron a la oferta de la competencia, la falta de políticas públicas de fomento y apoyo, la necesidad de mejora de la infraestructura y las prácticas de turismo no responsables ejercidas por los visitantes. Partiendo de este análisis, se formularon estrategias FO, OD, FA y DA, que sugieren medidas para propiciar el desarrollo del agroturismo como alternativa de innovación social que mejore la calidad de vida de los habitantes de las áreas rurales de la provincia de Sugamuxi.

Como aporte a modo de crítico marco coyuntural -que nunca sobra-, se juzga conveniente no perder de vista un marco crítico praxeológico aportado por la Agenda Latinoamericana 2020, con el aporte de



connotados estudiosos e investigadores alternativos, que se esbozan apenas para que los indague el lector, por cuanto permean este tema del Turismo, megatendencia hoy: el patético “Estado de la desigualdad en el mundo” (Informe ONG OXFAM 2019, p. 17): “Hoy los multimillonarios son más ricos que nunca, mientras 3400 millones de personas subsisten con menos de 5,5 dólares diarios, \$25.000 colombianos”... La avalancha de la Inteligencia Artificial (IA) con sus oportunidades, pero terribles amenazas de desempleo (Oliver, 2020, p. 36): “La hegemonía del pensamiento algorítmico, de los datos, las redes, la programación y la hardware electrónica” ... “La revolución digital 4.0 que viene como un tsunami a la vista” (Boff, 2020, pp. 38-39): “El darwinismo tecnológico que discrimina a los débiles, el ser humano relegado por la tecnología sofisticada; la miopía de una tecnología incapaz de respuestas a los trascendentes interrogantes humanos; inteligencia tecnolátrica autodestructiva y depredadora” ...

Asimismo, emerge “El transhumanismo como reto” (Arregi, 2020, pp. 78-79): “Un Homo Exterminator que se ufana de no necesitar ninguna salvación espiritual, el peor de los semidioses posibles” ... “Los desafíos de las tecnologías emergentes y el determinismo tecnológico: ¿Controlamos la tecnología o nos controla ella?” (Fanjul, 90-91, 116-117): “Estamos al vaivén de una tecnocracia imparable y ruinosa que se enseñoorea del mundo entero” ... “La robotización que suplantarán médicos, banqueros, profesores y psicólogos” (Ollero, 2020, pp. 216-217): “Ya viene en camino una avalancha de máquinas de producción que hacen obsoleto el trabajo humano, robotización ya implementada en 7 de los 10 bancos más poderosos del mundo” ... De ahí los “Despidos masivos de trabajadores en México por causa de la tecnología” (Fariza, 2020, pp. 220-221): “y los beneficios de una minoría privilegiada disparados exponencialmente” ... Nefastas consecuencias que ya están sucediendo a raíz de la pandemia del COVID-19.

Recapitulando, a modo de cierre: se asiste ya a “La revolución 4.0 como nueva forma de dominación colonial” (Ribeiro de Oliveira, 2020, pp. 222-223): cuya red enredadora y omniabarcante promueve una ciberguerra ya en curso... “Las implicaciones de la revolución 4.0 en el mundo laboral” (Castilla, 2020, pp. 224-225): El bienestar será exclusivo de una minúscula élite dueña de la Inteligencia Artificial y la Nanotecnología como Nanorobótica –que jamás puede verse como una panacea de los problemas humanos–, en la que es peor su remedio que la enfermedad... A todas luces, entonces, urge “reorientar la ética de la 4ª Revolución Industrial” (Iñarra, 2020, 226-227): Replantear nuestra relación con la Naturaleza, la organización socio-política, el Buen vivir y Convivir ancestral que revaloriza la Vida como valor supremo, la Ecosofía que conduce al Cuidado de todo (‘Ciudadanía’ más que ciudadanía, como intuyo Michel Foucault) ... “Hacia una nueva alianza de la Humanidad por la vida” (Barros, Brasil, 2020, pp. 228-229): Aún es tiempo de volver a la Biofilia y la Bioética que propone un Altermundialismo viable y sostenible...

En este caso, cabe interrogarse sobre “la Revolución 4.0 por los caminos de América” (2020, pp. 232-233): Existen ya brotes alternativos de

experiencias innovadoras en Brasil, Colombia, México... Para lo cual es preciso reorientar y enmendar “el mal uso de la tecnología: La urgencia de una Eco-tecnología” (Dueñas García, Ecuador, 2020, pp. 238-239): en tiempos de nemofobia o adicción a las nuevas tecnologías esnobistas que nos vuelven ‘zombies’; de lo contrario estamos abocados a un ‘cibercidio’ al cual invitó a resistir Ernesto Sábato en *La Resistencia* (2000) ... Cómo esclavizan las Fake News y “El totalitarismo de la posverdad hoy” (Corominas, 2020, pp. 242-243): sofismas y falacias de un ‘ciberpanoptismo’ con su neodogmatismo viral, que no alcanzó a ver Foucault, pero de alguna manera intuyó en su *Vigilar y castigar* (1975) ... “La basuraleza hoy por el turismo malentendido” (2020, p. 244): La Naturaleza ha degenerado en ‘basuraleza’ en los paraísos turísticos sobre todo tercermundistas... Y el único antídoto no pasa de aportar paliativos y paños de agua tibia: “La Educación popular enredada y relegada” (Korol, Buenos Aires, 2020, pp. 246-247) ... ¡Acaso se limita a impartir conocimientos y no los inaplazables ‘cosmo-cimientos’! .

### Referencias.

- AA. VV. (2020). *Agenda Latinoamericana: ¡Tsunami 4-0 a la vista! La revolución Digital que viene*. Bogotá: Verbo Divino. 253 pp.
- Borda-Malo Echeverri, S. (2019). *El coraje de la verdad en Michel Foucault. Tunja (Colombia): USTA. (Tesis doctoral de Filosofía en USTA-Bogotá). 406 pp.*
- Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 82, 42–51. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2013.05.008>
- Colton, J. W., & Bissix, G. (2005). Developing Agritourism in Nova Scotia: Issues and Challenges. *Journal of Sustainable Agriculture*. [https://doi.org/10.1300/j064v27n01\\_06](https://doi.org/10.1300/j064v27n01_06)
- Congreso de la República de Colombia. (1996). Ley 300 de 1996 - Gestor Normativo Función Pública. Retrieved November 26, 2019, from <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>
- DANE. (2015). INFORME DE COYUNTURA ECONÓMICA REGIONAL Departamento de Boyacá. Retrieved from [https://www.dane.gov.co/files/icer/2014/ICER\\_Boyaca\\_2014.pdf](https://www.dane.gov.co/files/icer/2014/ICER_Boyaca_2014.pdf)
- DANE. (2019). Boletín Técnico Cuentas Departamentales 2018 preliminar. Retrieved from [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/B\\_2015/Bol\\_dptal\\_2018preliminar.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/B_2015/Bol_dptal_2018preliminar.pdf)
- Díaz Ayure, J. R. (2016). Paisajes productivos un desafío para la sostenibilidad - el caso de la cuenca hidrográfica del lago de Tota (Boyacá-Colombia) (Uniandes). Retrieved from



<https://repositorio.uniandes.edu.co/handle/1992/13605>

- Dragulanescu, I. V., Lanfranchi, M., & Giannetto, C. (2016). Agritourism farm in rural development framework and environmental sustainability. *Quality - Access to Success*, 17, 42–50.
- Dubois, C., Cawley, M., & Schmitz, S. (2017). The tourist on the farm: A 'muddled' image. *Tourism Management*, 59, 298–311. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.08.016>
- Eurac Research. (2018). OUTCOME STATEMENT 1st World Congress on Agritourism 2018. Retrieved from <http://agritourism.eurac.edu>
- Eurac Research. (2019). Home - Agritourism. Retrieved June 14, 2019, from <http://agritourism.eurac.edu/>
- Gobernación de Boyacá. (2019). PLAN DEPARTAMENTAL DE EXTENSIÓN AGROPECUARIA-PDEA. Retrieved from <http://www.boyaca.gov.xn--cosecretaradeagricultura-fic>
- Greif, S., Rauscher, C., & Söntgerath, C. (2011). Agro-tourism. In *The Long Tail of Tourism* (pp. 25–34). [https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6231-7\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6231-7_4)
- Gunarta, I. K., & Hanggara, F. D. (2018). Development of agrotourism business model as an effort to increase the potency of tourism village (case study: Punten Village, Batu City). *MATEC Web of Conferences*, 204. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201820403006>
- Kaswanto. (2015). Land Suitability for Agrotourism Through Agriculture, Tourism, Beautification and Amenity (ATBA) Method. *Procedia Environmental Sciences*, 24, 35–38. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2015.03.006>
- Ministerio de Comercio, I. y T. (2019). Indicadores turísticos MinCIT - Citur | Home. Retrieved July 9, 2019, from CITUR website: <http://www.citur.gov.co/>
- Nicholls, A., & Dees, J. G. (2015). Social Innovation. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition* (pp. 355–361). <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.73105-9>
- Oliveira, M. T., Nascimento, J. W. B., & Borges, S. R. S. (2015). CARACTERÍSTICAS DO AMBIENTE CONSTRUÍDO DOS ENGENHOS NO MUNICÍPIO DE AREIA COMO PERSPECTIVA PARA O AGROTURISMO. *Revista Brasileira de Produtos Agroindustriais*. <https://doi.org/10.15871/1517-8595/rbpa.v15n4p451-458>
- Restrepo, J., Franky, J., Zuluaga, S., Fajardo, K., Bravo, A., Oviedo, S., & Guayacán, M. (2018). Plan Sectorial de Turismo 2018-2022. Retrieved

from  
<http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>

- Rincón, A., Santos, D., & Villegas, L. (2015). La sustentabilidad ambiental en las unidades agroturísticas cafeteras en el departamento del Quindío. *Contexto*, (4), 50–58. Retrieved from <https://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=7&sid=985ebcb4-cbf8-4986-9bc0-d80b533408da%40sessionmgr4009>
- Riveros, H., & Blanco, M. (2011). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. *Revista Estudios Agrarios*. <https://doi.org/10.1007/s10811-018-1505-3>
- Rodríguez, J. (2013). Plan de mercadeo Granja Agroturística Villa Alegría (Bogotá - Uniandes). Retrieved from <http://hdl.handle.net/1992/19446>
- Ruiz, M. (2004). La oferta agroturística como estrategia económica y cultural para un desarrollo sostenible. *Turismo y Sociedad*.
- Sicilia, M., Alonso, S., & Alfonso, J. (2013). Estrategia de turismo para Colombia. In *Ftp3.le. Freebsd.Org*. Retrieved from [https://www.fontur.com.co/aym\\_document/aym\\_estudios\\_fontur/ESTUDIO\\_MCKIENSEY/1.\\_PRIMER\\_TOMO\\_ESTRATEGIA\\_TURISMO\\_PARTE\\_A.PDF](https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_estudios_fontur/ESTUDIO_MCKIENSEY/1._PRIMER_TOMO_ESTRATEGIA_TURISMO_PARTE_A.PDF)
- Sznajder, M. J. (2017). The concept of rural tourism and agritourism. In *Metropolitan Commuter Belt Tourism* (pp. 105–115). <https://doi.org/10.4324/9781315607221>
- Sznajder, M., & Przezbórska, L. (2004). IDENTIFICATION OF RURAL AND AGRITOURISM PRODUCTS AND SERVICES. *Roczniki Akademii Rolniczej w Poznaniu*, 359. Retrieved from [http://www.jard.edu.pl/pub/16\\_3\\_2004.pdf](http://www.jard.edu.pl/pub/16_3_2004.pdf)