

Propuesta estratégica de Marketing para posicionar el agroturismo del municipio de Aquitania Boyacá

Strategic Marketing proposal to position the agroturism of the municipality of Aquitania Boyacá

Autoras

Camila Alejandra Cepeda Mesa; Laura Cristina Garnica Huertas

Resumen

El municipio de Aquitania es reconocido como productor de cebolla junca, trucha arcoíris, fresa, y paisajes atractivos, recibe ocasionalmente viajeros para vivenciar la actividad diaria en los cultivos. Teniendo en cuenta el crecimiento global del agroturismo se abren posibilidades de expansión en este renglón; por ello el objetivo se dirigió a diseñar una propuesta estratégica de marketing para posicionar el agroturismo del municipio de Aquitania; para lo cual se describió la situación actual del sector agroturístico del municipio, se determinaron las particularidades y potencial para favorecer dicho posicionamiento y se establecieron estrategias de marketing que pueden contribuir con posicionamiento del agroturismo en Aquitania.

La investigación tiene un enfoque cualitativo y se realizó bajo un diseño metodológico descriptivo, el cual facilitó establecer una muestra homogénea conformada por personas con experiencia en recibir turistas interesados en las actividades realizadas en los cultivos de sus fincas; la recolección de la información realizada en las fincas se apoyó tanto en la guía de observación, como en el formato de encuesta aplicado a los propietarios; asimismo en formatos de registro consignando los datos de documentos oficiales de la alcaldía de Aquitania y la Secretaría de Turismo de Boyacá como la actualización de oferentes turísticos, también la información de los diferentes referentes que dan contexto en la introducción y los antecedentes, los cuales se registran en la bibliografía.

Se destaca en los resultados el interés que tienen los pobladores encuestados para favorecer el crecimiento agroturístico de forma sostenible y sustentable. Concluyendo que posicionar el agroturismo del municipio de Aquitania requiere implementación de estrategias de marketing.

Palabras clave

Estrategia, Posicionar, Marketing, Agroturismo, Storytelling, Linkbuilding

Abstract

The municipality of Aquitaine is recognized as a producer of onion, rainbow trout, strawberry, and attractive landscapes, it occasionally receives travelers to experience the daily activity in the crops. Taking into account the global growth of agrotourism, there are possibilities of expansion in this line; For this reason, the objective was directed to design a strategic marketing proposal to position the agrotourism in the municipality of Aquitaine;; for which the current situation of the agrotourism sector of the municipality was described, the particularities and potential to favor said positioning were determined and marketing strategies were established that contribute to the positioning of agrotourism in Aquitaine.

The research has a qualitative approach and was carried out under a descriptive methodological design, which facilitated the establishment of a homogeneous sample made up of people with experience in receiving tourists interested in the activities carried out in the crops of their farms; The collection of information carried out on the farms was supported by both the observation guide and the survey format applied to the owners; also in registration formats consigning the data of official documents of the mayor of Aquitaine and the Secretary of Tourism of Boyacá as the update of tourist providers, also the information of the different referents that give context in the introduction and background, which are recorded in the bibliography.

The results highlight the interest that the surveyed residents have in favoring agrotourism growth in a sustainable and sustainable way. Concluding that positioning the agrotourism of the municipality of Aquitaine requires the implementation of marketing strategies.

Keywords

Strategy, Position, Marketing, Agroturism, Storytelling, Linkbuilding

Introducción y Antecedentes

De acuerdo con lo establecido por la Organización Mundial del Turismo (OMT), el agroturismo es una actividad turística en el área rural agrícola (UNWTO, 2021), la experiencia del visitante está relacionada con productos vinculados con las actividades de naturaleza, agricultura, formas de vida y culturas rurales, el campesino percibe un ingreso económico por dicha prestación; esta conceptualización es uno de los pilares que cimienta el contenido de este artículo presentando una propuesta para posicionar el agroturismo en el municipio de Aquitania Boyacá. Ahora bien, para adentrarse en la temática se presenta mediante antecedentes la aplicación de la conceptualización de agroturismo en el ámbito global, nacional y local.

Agroturismo en el mundo

En el ambiente mundial el agroturismo es referenciado como una actividad que marca tendencia en los viajeros y es concebida como la oportunidad de acercarse a entornos rurales productivos para hacer parte de las prácticas bien sea en el momento de la siembra o de la cosecha, también para hacer parte de quienes tienen a su cuidado los diversos animales, asimismo es la oportunidad para conocer culturas, creencias y modo de empleo de los recursos (Peralta, 2023), se destacan algunos destinos como los que atraen más visitantes, es el caso de Nueva Zelanda que desarrolla su propuesta de tours granja a granja; la India cobra relevancia como destino agroturístico a través de vivencias en granjas de tipo agrícola ecológica; en Irán aprovechan las granjas que producen el azafrán; la ruralidad en Sudáfrica se beneficia de la interacción de los visitantes en los cultivos de canola o el cuidado de los avestruces.

Por su parte Vietnam se muestra a través de una aldea dedicada al cultivo de verduras y hierbas. Otros países que lideran el agroturismo (BBVA, 2022) se enfocan en las visitas para trabajar uno o varios días en el campo, tomar alojamientos rurales o participar en la

elaboración de alimentos, estos nuevos destinos se encuentran en Estados Unidos, Italia y España.

Desde lo nacional

Cabe destacar que la Ley 2239 de 2022 (Congreso de la Republica de Colombia, 2022) regula la actividad agroturística en el país, se reconoce al turismo rural como una opción hacia un desarrollo sustentable de aquellas zonas de características agrícolas, también impulsa la asociación de productores agrícolas hacia fines turísticos; asimismo a través del Plan Sectorial de Turismo 2022-2026 (Umaña Mendoza, Bravo, Camargo Ovalle, & Oliveros Ocampo, 2022) se nombra el turismo en ambientes naturales, rurales y domésticos, con lo cual se abre una enorme posibilidad para el agroturismo; entonces la cotidianidad rural en Colombia ofrece posibilidades en términos de agroturismo, desde esta perspectiva se favorece la economía de las regiones abordándolo como una nueva dinámica que requiere el concurso de los estamentos involucrados (Arosemena, 2023); se encontró que el uso del concepto ecoturismo por la paz (Función Pública, 2014), se emplea con mayor cobertura en el panorama nacional.

Las diversas referencias revisadas coinciden con (Úsuga Gil & Roldán de la Hoz, 2020) quienes concluyen la viabilidad inmensa del agroturismo, efecto extrapolable a casi cualquier entorno rural dentro del país; lo anterior se complementa con lo expuesto por (Martínez Gaviria, 2020) en relación con la relevancia de destacar la tipificación de la flora, la fauna y sobre todo la producción agropecuaria de las regiones, yendo hasta el proceso de obtención de los productos finales que sean enfocados a la gastronomía, las artesanías o los modos de producción en armonía con la preservación del entorno natural.

Boyacá turística

Desde lo estipulado en el plan de desarrollo de Boyacá, gestionado en la vigencia de 2004 a 2007 (Triviño Pedraza, 2020), específicamente en el programa denominado: tu destino es Boyacá, se plantearon doce subprogramas, dentro de ellos y en relación

directa con el objeto del presente artículo se destaca un subprograma: Hacia la explotación sostenible del turismo, cuyo objetivo fue el aprovechamiento de los recursos presentes en las provincias; resultado de la operativización de este programa fueron creados ocho anillos turísticos (Jimdo, 2019), el quinto es nombrado anillo de Sugamuxi.

Ahora bien, tal como lo exponen (Callejas Rodríguez & Lesmes Ortiz, 2016) no se logró el impacto esperado tras la puesta en marcha de los anillos turísticos en el Departamento, entre otras razones porque: además de mejorar la malla vial del anillo debió realizarse la concertación con la comunidad, se realizó la promoción de dichos anillos sin haber superado las etapas previas de diseño, adecuación, señalización e implementación adecuada, lo cual generó grandes decepciones en los turistas que llegaron a buscar lo publicitado pero no lo hallaron.

De otra parte, se encontró evidencia del desarrollo del ecoturismo en el Departamento obteniendo resultados positivos al valorar el uso dado a través de paseos y caminatas a zonas naturales en las cuales fueron observados especímenes de flora y de fauna únicos (Cruz Rodríguez, 2021); también se va generando en los viajeros una identidad cultural por el valor histórico así como un reconocimiento agrícola que puede ser mayormente aprovechado por el agroturismo.

En cuanto a la política pública de turismo vigente su adopción se realizó a través de la ordenanza N° 001 en el año 2015, y se registra en el Plan de Desarrollo Departamental (Barragán Adame, 2020), dando el soporte a la sostenibilidad de este renglón, cuya proyección se dirige al reconocimiento como: “líder en el desarrollo turístico de conservación de patrimonio natural y cultural, con acciones que se orientan a la protección del medio ambiente” (Echeverría Reyes, 2023, pág. 70). La política se conforma con 9 lineamientos, los cuales se concretan en 60 acciones; cabe mencionar que el desarrollo agroturístico aun no es considerado.

De igual forma para el objetivo de este artículo resulta relevante mencionar que el Viceministerio de turismo considera incluir el Departamento de Boyacá en el plan de la transformación digital para la promoción turística (Cabra, Rodríguez, Castellanos, Rojas, & Forero, 2021) de esta manera se acerca a las comunidades las diversas herramientas tecnológicas, lo cual favorece ampliamente la competitividad en este renglón de la economía; ahora bien, mediante el uso de la plataforma de Google Play se encuentran las siguientes aplicaciones: BiciBoyacá, Boyacá sobre ruedas, Turismo Boyacá, Boyacá 360, así como algunos sitios web de turismo.

Desde la Secretaria de Agricultura de Boyacá (Gobernación de Boyacá, 2022) se destaca como un objetivo relevante el consignado en el indicador numerado 541: “proyectos productivos de agroturismo, turismo rural o turismo de naturaleza operando” (pág. 1), en este aspecto y desde la Dirección de Bienestar Campesino se realizan acciones que incluyen apoyo técnico para este tipo de proyectos; como es de esperarse los programas y las acciones para implementarlos son guiados por el Plan de Desarrollo establecido para la vigencia 2020 a 2023 denominado: Pacto social por Boyacá: Tierra que sigue avanzando (Barragán Adame, 2020).

Uno de los aportes hallados de gran relevancia es el presentado por (García Pacheco, Fernández Pedreros, & Barreto Bedoya, 2022) al exponer que desde el sector rural deben surgir, entre otras cosas, no solo opciones productivas también de desarrollo como respuesta a las necesidades de los viajeros, que además contribuyan al bienestar campesino, asegurando con ello su permanencia prospera en la ruralidad.

Turismo en Aquitania

Una opción considerada para el desarrollo turístico en dicho municipio es la planteada por (Perez Acevedo & Yara Tique, 2015) en donde se encontró que la población es receptiva ante la idea de establecer una cooperativa con fines turísticos, destacan la necesidad de ofrecer a la población capacitaciones que abarquen temáticas como: atención al turista y calidad en los servicios que se presten; lo que se refuerza con lo

expuesto por (Pinilla Perez, 2011) quien presenta el resultado de su proceso investigativo denominado: el efecto del conocimiento y comportamiento social del boyacense sobre su turismo, dentro de las conclusiones expone que la población no tiene como fortaleza el conocimiento histórico, cultural ni patrimonial causando así limitaciones en el desarrollo turístico, enfatiza que se requiere un mejor aprovechamiento de las maravillas turísticas que posee el municipio.

Una iniciativa interesante es la expuesta por (Rodríguez Pinto, 2018) quien propone que a partir de la trucha que se cultiva en el municipio y bajo iniciativa del gobierno municipal se rescaten las recetas tradicionales y nuevas considerando ingredientes nativos, fomentar el cultivo orgánico sería una prioridad, resalta la importancia de certificar a las asociaciones existentes que cultivan y cosechan en un entorno orgánico para posicionarlas en mercados más grandes. Por su parte (Acevedo Martínez, 2018) exalta que dentro del municipio de Aquitania se cuenta con amplias zonas consideradas reserva natural, posee fuentes hídricas atractivas para el turismo como lo es el lago de Tota.

En el análisis realizado para la vigencia comprendida entre 2016 y 2019 en el plan de desarrollo objeto de la alcaldía de Aquitania (Avella Villamil, 2021) expone que, se realizaron las gestiones necesarias para recibir apoyo desde el Fondo Nacional de Turismo con lo cual se logró generar crecimiento del sector turístico realizando inversiones en algunos de los atractivos turísticos y patrimoniales, tal es el caso de la restauración realizada al monumento denominado: Familia, lago y cebolla el cual se ubica en el parque principal, así como la construcción de un monumento que se ubicó en el parque recreacional, denominado Trucha Arco Iris. En la actualidad Aquitania sigue destacándose por la producción de cebolla larga, la cría y la comercialización de trucha (Situr Boyacá, 2021).

Se subraya en este entorno la presencia de la empresa Camaqui Tour's Travesía por los caminos de Aquitania (Riveros Lemus, 2021), la cual a través de su portafolio ofrece recorridos guiados incluyendo paquetes turísticos para vivenciar experiencias tanto

ecológicas como en los cultivos, ofrece: de uno o varios días, alojamientos, alimentación, estas visitas denominadas: a) El lago y los cultivos, b) Nuestro paramo, el lago y las termas, c) Páramo de Guane, Laguna de los patos, d) Ruta del milagro, también actividades como: Taller demostrativo de cultivo de fresa, Taller demostrativo de piscicultura, Taller de la cebolla larga.

Aunado a lo anterior tal como se presenta en el Plan de Desarrollo que se encuentra vigente y próximo a terminar (Barrera Cárdenas, 2020), se plasma la deficiente conectividad en algunos sectores primordialmente los rurales, en respuesta a ello desde el Ministerio de las TIC se planteó implementar acciones que contribuyan al cierre de la brecha digital existente en todo el territorio nacional creciendo en la democratización de las comunicaciones, lo cual se espera llegue a este municipio, la Ministra actual que es nacida en Aquitania establece que: “El acceso a la tecnología no es un privilegio, sino un derecho” (Hernández Bonilla & Lewin, 2023).

Por lo expuesto, la problemática se plantea reconociendo que el tema del desarrollo turístico en Boyacá no ha logrado el crecimiento deseable a pesar de haber sido abordado a través de diversas estrategias; cabe mencionar que Aquitania pertenece a la provincia de Sugamuxi, cuenta con atractivos turísticos que no se han enlazado con las realidades agrícolas por lo cual no se encontró evidencia de desarrollos agroturísticos que presenten implementación de estrategias de marketing apropiadas para el municipio, esto último se convierte en el objetivo primordial de esta propuesta; las referencias revisadas permitieron concluir que aún no se han establecido de manera formal alianzas entre campesinos y otros actores del sector turístico para compartir la prestación de experiencias a los visitantes.

En términos concretos no se ha considerado aún la búsqueda de un desarrollo agroturístico sostenible y sustentable para Aquitania; surge la pregunta central: ¿Cuáles son las estrategias de marketing que permiten posicionar el sector agroturístico del municipio de Aquitania Boyacá?; cuestionamiento que se convierte en el objetivo general

de esta propuesta; por ello los objetivos propuestos giran alrededor de una parte, describir la situación actual del sector agroturístico en Aquitania, de otra parte, establecer las particularidades y el potencial para favorecer el posicionamiento de dicho sector en el municipio, con lo cual es posible definir las estrategias de marketing tendientes a ese posicionamiento.

Dicho lo anterior, es importante destacar la posibilidad que tiene el municipio de situarse en el sector agroturístico adecuadamente con implementación de estrategias de marketing que han sido seleccionadas a partir de establecer su situación actual, particularidades y gran potencial.

Materiales y Método

Desde la perspectiva metodológica expuesta por (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010) el enfoque seleccionado fue cualitativo, recolectando información a través de la exploración del fenómeno en el ambiente natural para establecer las características, diferencias y complementariedades del objeto de la investigación, y así, llegar a detectar las particularidades y el potencial, necesarios para la propuesta estratégica tendiente al posicionamiento del agroturismo del municipio de Aquitania Boyacá.

En consecuencia, el diseño de investigación aplicado fue el descriptivo, con lo cual se avanzó en la recolección de información brindada por las personas sobre las experiencias vividas al recibir turistas interesados en conocer las actividades que realizan en los cultivos que tienen en sus fincas, logrando la identificación de la situación actual en el entorno estudiado. Cabe mencionar que el objeto del presente artículo se dirige a generar una propuesta estratégica de Marketing para posicionar el agroturismo del municipio de Aquitania Boyacá, de esta forma, la muestra se estableció homogénea teniendo en cuenta la experiencia de recibir visitantes en los cultivos lo cual se ha dado en solo cinco fincas.

Por su parte la recolección de la información cualitativa se apoyó en: una guía de observación aplicada a las fincas seleccionadas; un formato de encuesta aplicado a los propietarios de las fincas, y un formato de registro para consignar de los Planes de Desarrollo oficiales vigentes del departamento y del municipio las metas y los avances que a la fecha se han dado en torno a los programas de turismo en relación con Aquitania; en los formatos también se realizaron anotaciones con base en la información oficial sobre la actualización de oferentes turísticos (STB, 2023) asimismo, la información de la documentación referente que da contexto y se plasma en la introducción y los antecedentes, los cuales se registran en la bibliografía.

Resultados y Discusión

En Aquitania el agroturismo es una actividad incipiente por lo cual este segmento presenta una primera aproximación que se expresa en relación directa con los objetivos planteados, por ello en primera instancia se consigna la situación actual, acto seguido se exponen de manera sucinta las particularidades y potencial existente en el municipio desde la perspectiva agroturística; finalmente se presentan las estrategias de marketing seleccionadas para favorecer el posicionamiento del agroturismo.

Situación actual del sector agroturístico del municipio de Aquitania Boyacá

En referencia al Plan de Desarrollo Departamental vigente no se encontró en los programas del sector la consideración del agroturismo como una opción; aun así la gobernación de Boyacá en convenio con la UPTC se encuentra en proceso de actualización de la política pública de turismo para el departamento, lo cual sucede a través de seis fases, este segundo semestre del 2023 se encuentran avanzando en la fase II (Cely, 2023); por su parte en la Secretaria de Turismo Departamental se realizó en el presente año actualización de la base de datos de prestadores turísticos, esta información pudo examinarse en el despacho del profesional encargado, a partir de dicha visualización se filtró para el caso de Aquitania los negocios que se desempeñan en este renglón de la economía, condensando los totales en la tabla 1; de esta forma se reconoce la diversidad de opciones para alojarse: habitaciones normales bien equipadas, con baño

privado, glamping, cabañas, posada y chalet, en su mayoría tienen servicio gratuito de wifi, ofrecen vista al lago, y entre otras cosas hay alquiler de bicicletas.

En cuanto a la gastronomía se encontró que los restaurantes hacen uso de todos los productos que se cultivan en el municipio, exaltando el fruto de la piscicultura; por su parte dentro de las 7 agencias de turismo hay diversidad de oferta, 3 de ellas se centran en las opciones náuticas que brinda el lago de Tota y sus islas; 1 de las agencias cuenta con oficinas en Bogotá y Aquitania, esta se reconoce como centro de instrucción de buceo; 2 agencias favorecen varias formas de ecoturismo; solo una de las agencias relaciona otras actividades con labores que pueden ser catalogadas como agroturismo en las que se ofrecen experiencias en cultivos.

Por su parte los guías turísticos conocen asertivamente la zona y las actividades, así como los mitos y leyendas que al ser contados encantan a los visitantes, asimismo en los talleres artesanales admiten la visita de foráneos que desean conocer el proceso de sus creaciones.

Tabla 1.

Inventario de prestadores de servicios turísticos municipio de Aquitania-Boyacá

Negocio	Registros
Alojamiento	31
Gastronomía	13
Agencias de turismo	7
Guías de turismo	2
Talleres artesanales	2
Total	55

Fuente: Propia

En la exploración a la página de la Secretaria de Turismo Departamental se encontró el micrositio SITUR Boyacá, refleja las campañas de marketing digital y promoción, no se incluye como tal el agroturismo; desde esta plataforma se puede acceder a los anclajes en Facebook, Instagram, Tik Tok, YouTube y Twitter; asimismo dicha Secretaria hace una convocatoria permanente para que los prestadores de servicios turísticos hagan parte de la plataforma, previo cumplimiento de requisitos según la categoría

preestablecida a la que pertenezcan, situación que favorece la puesta en marcha de esta propuesta haciendo uso de este registro para la visualización de la red agroturística en Aquitania.

De hecho en este sistema de información turística de Boyacá (SITUR) dando clic al lado superior izquierdo de la página en el icono de oferta turística se encuentra la presentación de las provincias y sus atractivos, aquí el municipio de Aquitania se encuentra inmerso en el destino Sugamuxi y La Libertad en donde se describe como ecoturismo, espacio en el que puede incluirse el agroturismo como experiencia; cabe destacar que en este mismo enlace y en la parte inferior de la página haciendo clic en el espacio de la provincia de Sugamuxi se despliega su mapa y a su alrededor se visualizan las festividades y la gastronomía en cada uno de los municipios, también se visualizan los atractivos turísticos de cada municipio conformante de la provincia, al final se puede descargar el mapa en PDF.

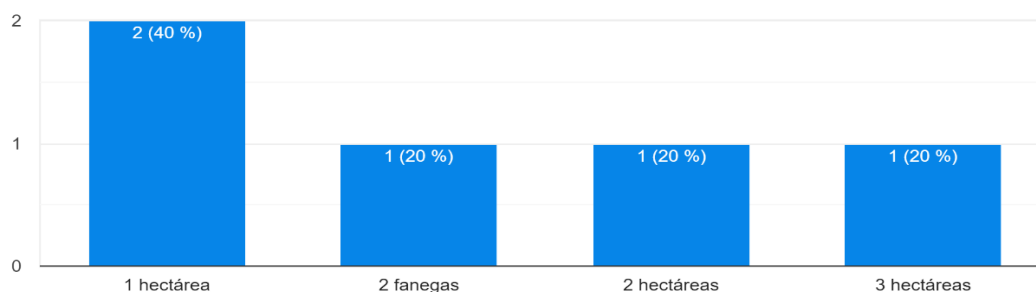
Ahora bien, en cuanto al Plan de Desarrollo del municipio el programa de turismo establecido para ser implementado durante la vigencia 2020-2023, comprende dos metas resultado, una se dirigió a: “Aumentar 20% la promoción de la entidad territorial como destino turístico”, la siguiente meta busco: “Aumentar 10% personas que participan en procesos de turismo en el municipio de Aquitania”; para lograrlo el Plan considero 17 metas producto, el registro del avance en la implementación de estas metas producto muestra que, de una parte se creó la Secretaria de Deportes, Cultura y Turismo de Aquitania, de otra se avanzó en 6 de las metas producto, las cuales se presentan en la tabla 2.

Tabla 2.***Avance en el programa de turismo de Aquitania***

Actividades (meta producto)
Realizar 4 apoyos y fortalecimientos al proyecto Norma técnica sectorial para el lago de Tota, como turismo destino sostenible del municipio de Aquitania
Realizar 1 apoyo y fortalecimiento al Plan promocional para el producto turístico de la provincia del Sugamuxi en el municipio de Aquitania durante el cuatrienio
Realizar 4 capacitaciones dirigidas a las personas prestadoras del servicio de turismo y hotelería del municipio de Aquitania durante el cuatrienio
Realizar 1 proyecto de embellecimiento y ornato del parque principal y el parque ecoturístico en el municipio de Aquitania durante el cuatrienio
Crear y realizar 2 encuentros nacionales de aviturismo aquitanense de corazón durante el cuatrienio
Realizar 3 concursos muralismo aquitanense de corazón en el municipio de Aquitania durante el cuatrienio

Fuente: Propia

De otra parte, las cinco fincas participantes en la encuesta aplicada fueron: La Rosita, La Vista, El Tabor, Tota y La Fresita; los dueños de estos predios y oriundos del municipio oscilan entre los 50 y 64 años, de ellos 3 mujeres que representan el 60% de los encuestados y 2 hombres con el 40% de representatividad, tres de ellos tienen línea celular y solo uno de los cinco, cuenta con correo electrónico; con respecto al área de la finca se tienen resultados diversos, tal como se aprecia en la figura 1.

Figura 1***Área del predio encuestado***

Fuente: Propia

Dos de las fincas se encuentran en la vereda Daito, dos en la vereda Pozos y una en la vereda Quebradas; en cuanto al tiempo que llevan viviendo en la finca el 80% lo que corresponde a 4 de los encuestados llevan más de 10 años, seguidos de 1 que lleva de 6 a 10 años lo que significa el 20%; el 40% (2) cursaron primaria, 20% (1) adelanto a

nivel técnico, 20% (1) tecnológico y 20% (1) alcanzo grado profesional; dentro del medio de transporte utilizado para acceder a la finca, solo uno (20%) de ellos se desplaza a pie, dos (40%) de ellos usan campero, mientras dos (40%) se transportan en automóvil; los encuestados reportan que su principal actividad económica radica en los cultivos primordialmente cebolla junca (3 de ellos), 1 además siembra zanahoria, fresa y mora, y 1 solo fresa.

Las siembras se realizan generalmente en época de verano lo cual sucede de enero a marzo; en el caso de la cebolla junca se realizan varias cosechas al año, la primera de ellas pasados los 5 o 6 meses después de la siembra, las siguientes cosechas suceden tres meses después; la piscicultura es la actividad económica que realiza 1 de los encuestados a lo largo del año usando jaulas flotantes inmersas en el lago de Tota, la recolección sucede cada mes, esta información se condensa en la tabla 3.

Tabla 3.

Actividad económica realizada en las fincas

Finca	Actividad económica
La Rosita	Cebolla Junca
La Vista	Cebolla Junca, zanahoria, fresas, moras, animales de ordeño
El Tabor	Cebolla Junca, animales de ordeño, producción de huevos
Tota	Cultivo y venta de trucha arcoíris
La Fresita	Fresa

Fuente: Propia

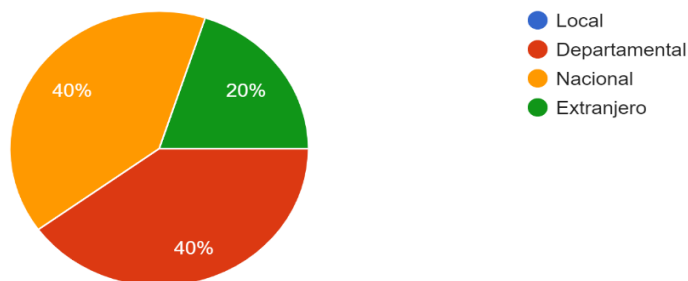
Respecto de los canales utilizados para la comercialización de sus productos, se obtuvo que solo uno (20%) de ellos usa las tiendas del municipio, dos (40%) de ellos acuden a la plaza de mercado, mientras a dos (40%) hacen entrega de los productos a mayoristas.

El 100% de los encuestados considera que su negocio es adecuado para el agroturismo, en cuanto a los productos o servicios que se ofrece en la finca los encuestados identifican sus productos como procesos agrícolas; solo uno de los encuestados ofrece alojamiento tipo vivienda compartida (20%) el cual cuenta con agua caliente, y presenta una capacidad de alojamiento menor a 10 visitantes; se indago por la prestación del servicio

de baño a los turistas que visitan la finca, el 80% lo cual corresponde a 4 de los encuestados prestan el servicio de manera adecuada, tan solo el 20% es decir, 1 de los propietarios no cuenta con las instalaciones pertinentes por lo cual no presta el servicio.

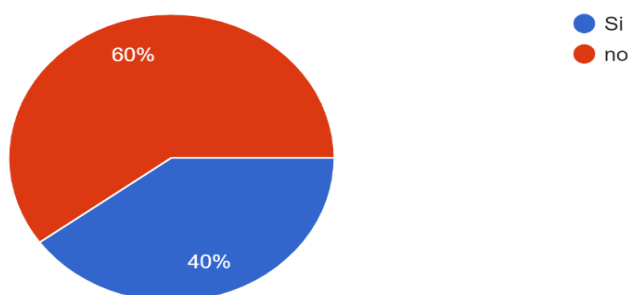
Se les pregunto por el menú que ofrecen en la finca y se encontró que el 40% (2) ofrecen alguna bebida (tinto), dependiendo de la hora de la visita un 20% (1) ofrece onces, 20% (1) almuerzo y 20% (1) desayuno; con respecto al tipo de menú es fijo, ello básicamente depende de lo que se prepare para los trabajadores o familia propietaria el día de la visita. De otra parte, se estableció que la procedencia de los turistas varia, el 40% es decir 2 de los encuestados recibió visitantes del departamento, 40% representado en 2 de los propietarios recibió turistas nacionales y 1 de ellos con una representatividad del 20% recibió visitantes extranjeros, esto se evidencia en la figura 2.

Figura 2
Procedencia de los turistas



Fuente: Propia

Un factor que resulta primordial para este estudio es el servicio de internet, ante la pregunta realizada sobre si su negocio cuenta con el servicio ver figura 3 se obtuvo que solo el 40% (2) de los encuestados cuenta con el servicio de manera particular, mientras el 60% (3) no lo tienen, pero se verifico, en estos últimos, que en sectores del predio se recibe la señal municipal, aunque muy inestable.

Figura 3.*Servicio de internet para el negocio*

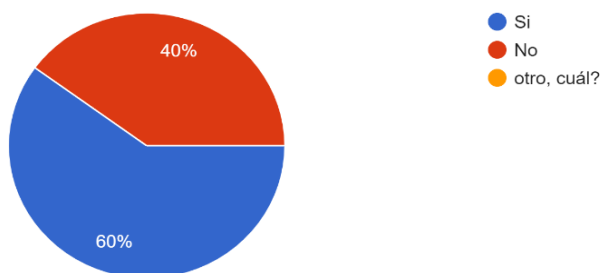
Fuente: Propia

Respecto del horario de atención el 40% (2) manifiestan no tener un horario establecido, otro 40% (2) cubren el horario de 8:00 am hasta las 5:00 pm y solo el 20% (1) en horas de la mañana, este horario corresponde a sus actividades diarias; refirieron que no tienen tarifas por el servicio de turismo ofrecido, que además sucede como una eventualidad, en contraste el propietario que ofrece el servicio de hospedaje en la modalidad vivienda compartida presenta una tarifa de \$80.000/persona. Se les pregunto sobre que creen que es lo que hace que su finca tenga visitas de turistas, aquí los encuestados aducen varios atractivos: la vista del paisaje, la tranquilidad del entorno, la variedad de productos, las actividades del día a día en el cultivo, quienes tienen cultivo de trucha y de fresa coinciden en afirmar que además es el producto como tal el que llama la atención.

Cuando se indago por los medios de comunicación usados para dar a conocer los servicios turísticos de la finca se encontró que en realidad el 80% (4) no hace uso de los medios, cuando reciben visitantes sucede por el sistema voz a voz, el 20% (1) no refiere hacer uso de algún medio de comunicación. Al preguntarles si usarían internet para promover sus servicios en contraposición ese mismo 80% establece que si, argumentan que les serviría para: dar a conocer el lugar, por reconocimiento del negocio, para difundir sus atractivos y procesos, también aducen falta de conocimiento sobre esta herramienta y su forma de uso; solo uno de los encuestados responde de forma negativa ante la posibilidad de uso de internet.

Ahora bien, se preguntó ¿Conoce o ha escuchado sobre agroturismo?, obteniendo que el 60% (3) de los encuestados si han oído el termino, mientras 2 no lo habían escuchado, lo que representa el 40%, tal como se aprecia en la figura 4.

Figura 4.
Conoce el termino agroturismo



Fuente: Propia

En congruencia con el anterior cuestionamiento se indagó por la definición que dan a agroturismo, el 100% de los encuestados ofreció una conceptualización adecuada estableciendo que se refiere a la enseñanza de las labores del campo o agrícolas a personas que normalmente se dedican a otros oficios, se incorpora así el turismo con la labor de la agricultura, en ese ejercicio se realizan visitas a cultivos.

Acto seguido se pregunta a los encuestados si dentro de su negocio realizan alguna actividad agropecuaria que permita la visita de turistas, todos concordaron en la respuesta sí. También se preguntó si estarían dispuestos a asociarse con el fin de ofrecer servicios agroturísticos en conjunto, el 80% de los participantes estuvo de acuerdo, solo 1 que corresponde al 20% restante no se asociaría, aun así, este propietario recibe visitas de turistas.

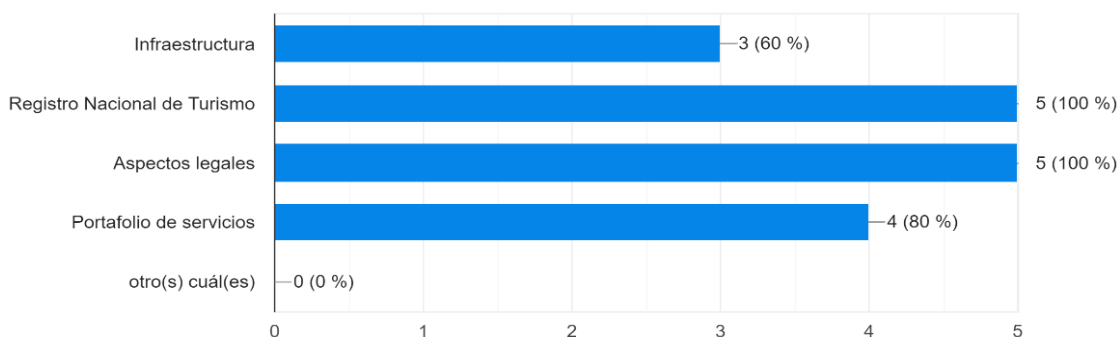
La siguiente pregunta fue: De los siguientes aspectos, ¿cuál(es) considera que a la finca le hace falta para que sea agroturística? Puede marcar varias, aquí las opciones ofrecidas en el formato fueron: Infraestructura, Registro Nacional de Turismo, Aspectos legales, Portafolio de servicios, se adiciono la casilla nominada otros para dar la oportunidad a incluir alternativas diferentes, esta última casilla no fue usada por los encuestados; por el contrario, las opciones: Registro Nacional de Turismo y Aspectos

legales fueron elegidas por el 100% de encuestados, en orden descendente la opción Portafolio fue marcada por el 80% (4), seguida de Infraestructura que fue elegida por el 60% (3), lo cual se verifica en la figura 5. Esto explica porque ante la pregunta ¿La finca se ha constituido como prestador de servicios de agroturismo? todos los encuestados responden que no.

En el mismo sentido ante la pregunta ¿Cuánto tiempo lleva la finca constituida como agroturística? todos los encuestados responden que la finca no está constituida como agroturística. Ahora bien, cuando se les pidió seleccionar en una lista de opciones cuales servicios estaría interesado en prestar dentro de la finca, el 40% (2) se inclinaron por la visita a cultivos, otro 40% (2) por los procesos agrícolas y un 20% (1) por traslado de turistas.

Figura 5.

Lo que le hace falta a la finca para ser agroturística



Fuente: Propia

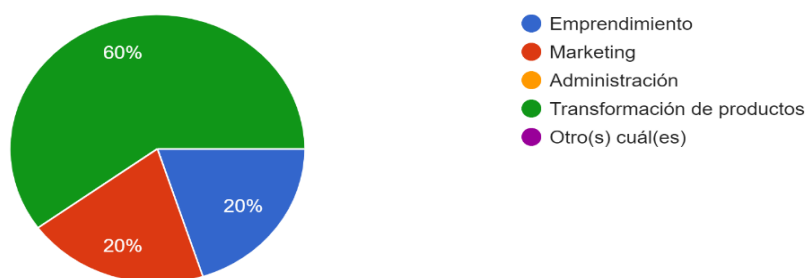
Ante la pregunta ¿Qué actividades se pueden realizar en la finca? Se puede marcar varias; el 40% (2) de los encuestados seleccionan visita a cultivos, 20% (1) elige observación del paisaje, 20% (1) elige pesca y 20% (1) elige interacción con los animales. Profundizando, respecto de la gestión agroturística los encuestados valoran como importante el desarrollo de estrategias de promoción, divulgación y marketing de la finca; establecen la importancia de presentar a los visitantes los servicios que ofrecen; asimismo consideran necesario obtener el apoyo y orientación de expertos para mejorar

el emprendimiento de la finca incluyendo el respaldo de entidades que presten asesoría legal, ambiental y turística.

Como inicio a los aspectos de carácter comunitario se preguntó a los encuestados sobre cuáles serían los temas que les gustaría recibir capacitación, su selección se dirigió a: transformación de productos en un 60% (3), 20% (1) marketing y 20% (1) emprendimiento, representado en la figura 6.

Figura 6.

Temas de capacitación



Fuente: Propia

Ante la consulta ¿Mencione los problemas sociales que se ven o percibe que existen y pueden afectar el agroturismo en el municipio? Las respuestas pueden agruparse expresando una sentida manifestación por parte de los propietarios frente a la necesidad de capacitación, apoyo y valorización de la actividad agroturística por parte de la comunidad, pero sobre todo por parte de los estamentos gubernamentales.

Acto seguido se investigó ¿A qué asociaciones pertenece? Nómbrelas, aquí el 80% (4) respondió que no pertenece a asociaciones, mientras el 20% (1) está asociado a agencias de viajes locales. Después se exploró ¿Conoce alguna entidad que se encargue de apoyar las fincas agroturísticas? Nómbrelas; las respuestas presentaron una variabilidad relativa así: -Agencias de viajes, -Varias campañas por parte de la administración municipal, -Secretaría de turismo, -Ministerio de industria y turismo, -Entes gubernamentales.

La última pregunta de este segmento fue: ¿Conoce o ha participado de algún proyecto de agroturístico en Aquitania? Nómbrelos. Como respuesta el 60% (3) han participado o conocen los mercados campesinos, uno de ellos además conoce o participo en exposición de producto: fresa; el 40% (2) restante ni conocen ni han participado de algún proyecto agroturístico en Aquitania.

De forma paralela a la aplicación de las encuestas en las 5 fincas seleccionadas, se realizó un proceso de observación, con lo cual se obtuvo que los predios visitados son accesibles, cuentan con casa familiar, a sus alrededores están los cultivos de cebolla larga, fresas, otros frutales, hay quien cuenta con animales para diferentes fines; se destaca una finca que de manera exclusiva cultiva fresa cuenta con un pequeño centro de acopio, tiene un empujado exclusivamente para las labores de selección y empaque de la fresa que se destina a la venta local; también destaca el predio que está dedicado a la piscicultura en donde venden la pasadía para aprender sobre la siembra y cultivo de la trucha arcoíris, está alejada del pueblo, ubicada alrededor de la laguna de Tota.

Dentro de los atractivos que presentan las fincas esta: la vista, la tranquilidad, algunas fincas se relacionan directamente con el lago otras tienen observación hacia las montañas, en todas los cultivos llamativos; las actividades económicas que realizan en cada finca se presentan de tal forma que son atractivas para los turistas; la mayoría cuenta con los servicios públicos básicos, solo una tiene además servicio de internet; estos propietarios están dispuestos a recibir turistas y visitantes pero aún no están consolidados legalmente para desarrollar este tipo de turismo.

Se identificaron componentes propios del agroturismo en Aquitania, es el caso de los espacios productivos del sector primario, la presencia de comunicaciones, transporte, aunque la infraestructura en las fincas aun no permiten la oferta de hospedaje, los productores reconocen que sus actividades laborales pueden ser asociadas al agroturismo, así las cosas, el 50% espera que de implementarse el agroturismo permita agregar valor a los productos locales, otro 40% anhela que la comunidad se dé a conocer

por actividades derivadas del agroturismo y el 10% considera que trabajar en la innovación de los procesos de producción de los productos locales junto con nuevos servicios sería un buen punto para fomentar el agroturismo.

Particularidades y potencial para el posicionamiento del agroturismo en Aquitania

La determinación de las particularidades presentes en el municipio de Aquitania que pueden ser relacionadas con el agroturismo, se fundamenta desde la oportunidad que brinda la Ley 2239 de 2022 que además de regular impulsa el agroturismo, en el mismo sentido dentro del plan de desarrollo del gobierno nacional vigente hasta el año 2026 cuenta con programas relacionados al tema en cuestión, asimismo se alimenta desde la infraestructura turística existente en el municipio.

Particularidades. En el recorrido al municipio se evidencian construcciones artísticas como el monumento homenaje al lago, a la familia y al cebollero en el parque principal; el monumento a la trucha en el parque de eventos y el mural en homenaje al agricultor aquitanense en la biblioteca pública; lo cual no solo representa la cultura y la identidad de la comunidad como manifestaciones de las tradiciones también son una particularidad dentro del patrimonio etnológico que identifican a Aquitania. En el mismo sentido, los talleres artesanales: Tejidos ARTEXCOL Arte Textil Colombiano y Tejidos San Juan, que, valiéndose de proveedores locales para buena parte de las materias primas usadas para la elaboración de sus productos, admiten que los visitantes observen el proceso de confección.

Por su parte, se destaca la empresa CamAqui Tour's que aparece dentro de la página oficial SITUR Boyacá, allí se puede descargar el portafolio de servicios, este plasma la oferta de: taller demostrativo de cultivo de fresa, taller demostrativo de piscicultura, taller de cebolla larga, además de: paquete turístico El lago y los cultivos, paquete turístico Nuestro lago, el páramo y las termas; ruta del milagro, otros servicios como caminatas: visita al paramo de guane: laguna de los patos, se estableció que la empresa no hace uso de la nominación agroturismo.

Algunos elementos puntuales que determinan las particularidades para favorecer el posicionamiento del agroturismo en Aquitania son:

- Los productos agrícolas de reconocimiento nacional que tienen la cebolla junca, la fresa y la trucha arcoíris.
- El paisaje que ofrece el lago de Tota y demás atractivos distintivos del área.
- Los monumentos que exaltan actividades agrícolas propias.
- Las leyendas, mitos y modos que se preservan en la tradición oral.

Potencial. El gobierno municipal del próximo periodo 2024-2027 debe ajustar sus Planes de Desarrollo a los lineamientos que se establecen desde lo nacional, para este caso se resaltan acciones que pueden favorecer al municipio plasmadas en el Plan Sectorial de Turismo 2022-2026 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, documento que presenta como estrategia un plan que se sustenta en 4 ejes, proyectados en 17 programas y viabilizado por medio de 40 proyectos que se implementa mediante acciones indicativas que destacan el turismo como estrategia para la conservación de la biodiversidad y la transición económica; aquí en concordancia con la Ley 2239 de 2022 el MinCIT impulsa estrategias y proyectos de agroturismo que consideren la adopción de modelos sostenibles, prácticas de conservación, incluso de restauración de la biodiversidad dentro del ejercicio de las actividades agropecuarias designadas como atractivo turístico.

Asumiendo que el agroturismo se fundamenta en la agricultura, actividad que resulta relevante en la economía del municipio, se presentan los siguientes elementos que denotan su gran potencial: el desarrollo rural del municipio se proyecta en términos de la especificidad reconocida de sus cultivos (cebolla, fresas, trucha, etc.); estas actividades agrícolas suceden en medio de un paisaje muy llamativo que además se apoya en la tradición lo que permite enmarcarlo como patrimonio histórico; al incluir el agroturismo dentro de su actuar diario esta actividad no solo da un nuevo valor a los productos propios, además se convierte en una diversificación que les favorece un ingreso económico a los campesinos desde sus conocimientos.

Es indudable que la construcción de la red agroturística que se propone en este artículo, requiere la inclusión dentro de sus actores a las agencias de viajes que están en el municipio, por cuanto representan una potencial fuente para presentar los componentes de las rutas que conforman la red; algunos elementos puntuales que determinan el potencial para favorecer el posicionamiento del agroturismo en Aquitania son:

- Cada vereda tiene actividad agrícola que puede generar interés turístico, esto teniendo en cuenta que la agricultura, la forma como viven los campesinos, así como la cultura que los caracteriza resultan ser los atractivos que presenta la Organización Mundial del Turismo para definir el agroturismo.
- La comunidad manifiesta interés por procesos de capacitación en relación a la temática, de acuerdo a lo expresado por los agricultores encuestados.
- Se evidenciaron cultivos y procesos agrícolas susceptibles de industrialización artesanal; es el caso de la fresa porque puede industrializarse como mermelada, o salsa base en la producción de panadería o gelatinas orgánicas, de igual forma con la cebolla junca que puede presentarse como aliño deshidratado o en pasta.
- Existe conocimiento ancestral sobre el uso de hierbas aromáticas y efectos medicinales.
- La presencia de diversos actores en el renglón turístico favorece el crecimiento hacia agroturismo de forma asociativa o comunitaria; es decir, se pueden asociar productores agrícolas con los alojamientos, restaurantes, las agencias de turismo, entre otros.

Estrategias de marketing para contribuir al posicionamiento del sector agroturístico del municipio de Aquitania Boyacá

Si bien es cierto se logró establecer que en la actualidad no hay un desarrollo agroturístico propiamente dicho en el municipio, también es cierto que la actividad agrícola evidenciada permite su proyección, de hecho de manera informal cinco fincas han vivenciado la experiencia de compartir un espacio de su día laboral normal con turistas que se interesan en sus procesos; las particularidades se centran en los cultivos de cebolla junca y trucha arcoíris, aun así, un cultivo de fresa ha recibido visitantes, entendiendo con ello que potencialmente cualquiera de los cultivos puede ser objeto de interés agroturístico; aunque la conectividad no es la mejor se mantiene dentro de los parámetros que permiten la selección de estrategias de marketing que se relacionan proporcional y directamente con la realidad del momento.

Con base en lo expuesto, la formulación de estas estrategias de marketing parte de lo establecido por la OMT en relación al agroturismo y se suscriben al objeto del presente artículo: contribuir al posicionamiento del sector agroturístico del municipio de Aquitania Boyacá; ahora bien, estas estrategias se direccionan al segmento de consumo de turismo rural.

Entonces, las estrategias de marketing en torno al producto agroturismo en Aquitania, que parten de tener en cuenta la conectividad, son propulsores que generan posicionamiento en el renglón turístico; lo dicho sustenta que potenciar las herramientas existentes tanto en el municipio como en el departamento son el motor para el despegue; estas estrategias de marketing que se proponen son:

1. Manejo de la página web: Alcaldía Municipal de Aquitania en Boyacá: esta página ya cuenta con registro y hospedaje del dominio, tiene el diseño preestablecido que se asigna a su URL como: gov.co por lo cual se puede incluir mediante banner la publicidad al agroturismo y su red que inicialmente considere consolidar y presentar las 5 fincas que en la actualidad realizan la actividad.

2. SITUR Boyacá: una vez legalizada la red agroturística se debe gestionar la inclusión del agroturismo de Aquitania y su red en el link denominado oferta turística, también en los enlaces que de la página conducen a la STB a Facebook, Instagram, Tik Tok, YouTube y Twitter.
3. Linkbuilding: usar estas herramientas para establecer un enlace por fuera de las paginas oficiales, esto sería encontrando aliados cercanos (agencias de viaje) con páginas web; también a través de invitar a influenciadores que destaquen la actividad.
4. Servicios digitalizados y favorecimiento de un enlace comunicativo emotivo: en el espacio de la página web se puede favorecer la digitalización de servicios generando mayor accesibilidad al viajero; de forma paralela presentar mensajes que llamen la atención de quienes ofrecen la experiencia agroturística en el municipio y extendiendo la invitación.
5. Marketing de destino: se realiza, por parte del municipio a través de su Secretaria de Deportes, Cultura y Turismo, la promoción de Aquitania y su red agroturística, que al ser pionera en el departamento genera una novedad con la capacidad de potencialmente atraer un mayor número de turistas interesados en la propuesta.
6. Optimización del enlace destino en motores usados para la búsqueda: ubicando en el segmento superior del sitio el enlace para mostrar la red de agroturismo de Aquitania en las primeras opciones; esto puede ser con la creación de anuncios SEM, esta estrategia facilitaría la construcción de avisos en un buscador para ubicarse en los primeros lugares de una lista.
7. Web turística: establecer enlace con algún portal de turismo específico de agroturismo, ya que viajeros pueden buscar opciones desde estos enlaces.
8. Storytelling: contar las vivencias en relación con la red de agroturismo en Aquitania, resulta ser la manera directa para destacar este producto.

En concordancia con diversos autores el agroturismo es una de las formas que surgen con mayor fuerza desde la pandemia, aunque no se encuentran reportes específicos de

la actividad dentro del departamento y tampoco dentro del municipio, la situación actual muestra que se requieren las adaptaciones pertinentes, así como el concurso de los actores involucrados para dar despegue definitivo al sector agroturístico, favoreciendo una entrada económica para el campesino que se convierta de forma sostenible, estable y sustentable en el tiempo.

En cuanto a la deficiente conectividad que existe en diversas regiones, factor reportado por algunos autores y encontrado en la presente investigación, guía la selección optima de estrategias de marketing para la promoción y posicionamiento en el tema del agroturismo.

A diferencia de lo expresado por autores que abordaron este tema antes del año 2022, en la actualidad se cuenta con la Ley 2233 de 2022 lo que implica que el agroturismo ha llegado para desarrollarse y crecer, la norma abre y regula el espacio para el crecimiento económico desde una alternativa distinta que beneficia de forma directa a los campesinos; el departamento de Boyacá, así como el municipio de Aquitania pueden dar un nuevo valor a la agricultura.

Conclusiones

La situación actual del sector agroturístico del municipio de Aquitania se puede describir en fase inicial, sucede a través de visitas eventuales que realizan turistas a los cultivos de cebolla junca, fresa y trucha arcoíris ubicados en cinco fincas; la STB actualizo el inventario de prestadores de servicios turísticos estableciendo, entre otras cosas, que el municipio cuenta con 31 sitios para alojamiento, así como 13 lugares dedicados a la gastronomía; las actividades económicas que se realizan en las fincas se presentan de tal forma que son atractivas para los turistas; estos propietarios están dispuestos a recibir turistas y visitantes pero aún no están consolidados legalmente para desarrollar este tipo de turismo; se destaca que el turismo se ve favorecido por el sistema de información turística de Boyacá (SITUR) al que se accede en línea.

Las particularidades halladas en el municipio se centran en el reconocimiento nacional que tienen la cebolla junca, la trucha arcoíris y la fresa, los cultivos que se benefician del paisaje que ofrece el lago de Tota y demás atractivos distintivos del área; también los monumentos que exaltan actividades agrícolas propias; por su parte el potencial se ubica en que cada vereda tiene actividad agrícola que puede generar interés turístico, la comunidad manifiesta interés por procesos de capacitación en relación a la temática; existen cultivos y procesos agrícolas susceptibles de industrialización artesanal, además la presencia de diversos actores en el renglón turístico favorece el crecimiento hacia agroturismo de forma asociativa o comunitaria.

Para establecer estrategias de marketing que contribuyan al posicionamiento del sector agroturístico del municipio se tuvo en cuenta que los dos estamentos gubernamentales consultados cuentan con página web que puede ser aprovechada para facilitar el despegue del agroturismo en Aquitania; por ello se propone dentro de las estrategias de marketing: la inclusión de agroturismo para Aquitania en la página web municipal y en el sitio SITUR Boyacá, haciendo uso de sus enlaces a Facebook, Instagram, Tik Tok, YouTube y Twitter; usar la herramienta linkbuilding, desarrollar servicios digitalizados y favorecimiento de un enlace comunicativo emotivo; implementar el marketing de destino; la optimización del enlace destino en motores usados para la búsqueda, enlazarse a una web turística y realizar en las fincas storytelling.

Recomendaciones

Se propone para el municipio crear la red agroturística: la construcción de productos agroturísticos debe iniciar por hacer visible la red conformada por la agencia de turismo Camaqui tours y las 5 fincas que reciben turistas; ampliarla mediante la inclusión de otros actores turísticos que se encuentran presentes en el municipio, así como fortalecerla a partir de la convocatoria que se realice a los demás productores agrícolas del municipio que quieran formar parte de la red agroturística de Aquitania.

Se recomienda a los entes gubernamentales a través de las Secretarías de Turismo realizar un plan de capacitación sostenido, bien sea por módulos u otra alternativa en temáticas como: atención al turista, calidad en los servicios que se presten, legalización de los servicios, emprendimiento, marketing, administración de cultivos y fincas, transformación de productos, en oratoria, elementos culturales y religiosos entre otros que identifican la región.

Una actividad inicial importante para ser realizada por el gobierno entrante en el municipio es la solicitud de marca ante la Secretaría de Turismo de Boyacá, como uno de los pasos para desarrollar y posicionar el agroturismo de Aquitania. Asimismo, debe incluirse en el proceso de desarrollo del agroturismo a aquellas instituciones que aportarían conocimientos y asistencia técnica a los campesinos, es el caso del SENA, Corpoboyacá, etc...

El trámite respecto de mejorar ampliando el alcance de la conectividad es un factor decisivo en la proyección del marketing que pueda ser abordado para la promoción y el posicionamiento del agroturismo que desde el municipio puedan realizarse, es además la forma instantánea de llegar a cualquier parte del mundo, así como de incentivar a otros municipios con similares condiciones favorecedoras del desarrollo del agroturismo.

Es importante realizar el estudio sobre la Ley 2239 de 2022 para adoptarla en los procesos turísticos que se aborden y así facilitar los emprendimientos que surjan de una manera asertiva; con lo cual también se da piso normativo a la construcción de la red agroturística y sus rutas con experiencias significativas que cuenten con las agencias de viajes del municipio como promotores.

Referencias Bibliográficas

Acevedo Martínez, M. R. (2018). *Impacto económico en los agentes vinculados a la producción de cebolla larga y el sector turístico por la diversificación en los cultivos del municipio de Aquitania - Boyacá*. Bogotá: Fundación Universidad de América. Obtenido de <http://repository.uamerica.edu.co/handle/20.500.11839/7172>

- Arosemena, O. (2023). El agroturismo como alternativa económica sostenible post-Covid. *Gobernanza, comunidades sostenibles y espacios portuarios*, 567-590. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8840578>
- Avella Villamil, A. M. (2021). *Análisis del plan de desarrollo "Soluciones Firmes 2016-2019" del municipio de Aquitania-Boyacá*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/39224/AvellaVillamilAndreaMilena2021.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barragán Adame, R. (2020). *Pacto Social por Boyacá: Tierra que Sigue Avanzando Plan de Desarrollo 2020-2023*. Tunja: Gobernación de Boyacá.
- Barrera Cárdenas, H. O. (2020). *Plan de Desarrollo Municipal de Aquitania "Unidos Construimos el Progreso 2020-2023"*. Aquitania: Consejo Municipal de Aquitania.
- BBVA. (11 de agosto de 2022). *Agroturismo: qué países lideran esta nueva forma de vivir la naturaleza*. Obtenido de Newusletter BBVA: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/agroturismo-que-paises-lideran-esta-nueva-forma-de-vivir-la-naturaleza/>
- Cabra, C. E., Rodríguez, D. A., Castellanos, C. J., Rojas, C. R., & Forero, C. (7 de Abril de 2021). Plan de transformación digital para la promoción turística en el viceministerio de turismo. Caso de estudio: Departamento de Boyacá. *Turismo y Sociedad*, 151-185. doi:doi: <https://doi.org/10.18601/01207555>.
- Callejas Rodríguez, N. Y., & Lesmes Ortiz, L. V. (7 de Marzo de 2016). Los anillos turísticos como factor generador de turismo en los municipios de Boyacá. In *Vestigium Ire*, 180-194. Obtenido de <http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/view/1008>
- Cely, M. J. (21 de julio de 2023). *Avanza la actualización de la política pública de turismo de Boyacá*. Obtenido de Gobernación de Boyacá: <https://www.boyaca.gov.co/avanza-la-actualizacion-de-la-politica-publica-de-turismo-de-boyaca/>
- Congreso de la Republica de Colombia. (8 de julio de 2022). Ley 2239. *Por medio de la cual se regula la actividad del agroturismo en Colombia*. Bogotá, Colombia. Obtenido de <https://www.minagricultura.gov.co/Normatividad/Leyes/LEY%202239%20DE%208%20DE%20JULIO%20DE%202022.pdf>
- Cruz Rodríguez, N. J. (5 de Noviembre de 2021). Ecoturismo y turismo cultural: impactos positivos y negativos en el departamento de Boyacá, Colombia. *Turismo y Patrimonio*, 30-43. Obtenido de <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.02>
- Echeverría Reyes, Y. L. (2023). *Informe de seguimiento de políticas públicas departamentales - I semestre de 2023*. Tunja: Gobernación de Boyacá. Obtenido de <http://www.boyaca.gov.co/wp-content/uploads/2023/08/Informe-de-Seguimiento-Políticas-Publicas-I-semestre-2023.pdf>
- EE. (6 de abril de 2023). *Lugares para visitar en el eje cafetero*. Obtenido de El Espectador : <https://www.elespectador.com/turismo/lugares-para-visitar-en-el-eje-cafetero/>
- El Tiempo. (1 de diciembre de 2008). *Anillos turísticos promovidos por el Gobierno de Boyacá no dieron los resultados esperados*. Obtenido de Periodico El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4698157>
- Función Pública. (2014). *Mesa ruta Sierra de la Macarena: Ecoturismo por la paz*. Obtenido de Función Pública - Colombia potencia de la vida: <https://www.funcionpublica.gov.co/web/buenas-practicas-de-gestion-publica-colombiana/ecoturismo-por-la-paz>
- García Pacheco, N. P., Fernández Pedreros, M. L., & Barreto Bedoya, S. J. (2022). *Agroturismo: Descubriendo un gran potencial para el desarrollo económico de la zona centro de Boyacá*. Tunja: USTA.
- Gobernación de Boyacá. (6 de Septiembre de 2022). *Agroturismo, turismo rural y turismo de naturaleza*. Obtenido de Gobernación de Boyaca - Secretaría de Agricultura: <https://www.boyaca.gov.co/secretariaagricultura/agroturismo-turismo-rural-y-turismo-de-naturaleza/>
- Hernández Bonilla, J. M., & Lewin, J. E. (11 de Marzo de 2023). *Sandra Urrutia, ministra TIC: "La brecha de conectividad en Colombia es tan profunda que el 40% de la población no tiene acceso a internet"*. Obtenido de El Pais: <https://elpais.com/america-colombia/2023-03-11/sandra-urrutia-ministra-tic-la-brecha-de-conectividad-en-colombia-es-muy-profunda-el-40-de-la-poblacion-no-tiene-acceso-a-internet.html>

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Jimdo. (2019). *Anillos turísticos de mi Boyacá sumercé*. Obtenido de Boyacá, Tierra linda: <https://boyaca-colombia.jimdofree.com/anillos-tur%C3%ADsticos-de-boyac%C3%A1/>
- Martínez Gaviria, P. E. (2020). *Turismo rural como propuesta de desarrollo social y económico del municipio de La Mesa, Cundinamarca*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Peralta, C. (23 de 06 de 2023). *Agroturismo, un recorrido por los nuevos destinos internacionales que son tendencia*. Obtenido de Agroempresario.com: <https://agroempresario.com/publicacion/56272/agroturismo-un-recorrido-por-los-nuevos-destinos-internacionales-que-son-tendencia/>
- Perez Acevedo, M., & Yara Tique, A. (2015). *Turismo en Aquitania: El cooperativismo como opción de empleabilidad y disminución de emigración*. Bogotá: Corporacion Universitaria Minuto de Dios. Obtenido de https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/3781/1/TA_PerezAcevedoMariana_2015.pdf
- Pinilla Perez, P. (4 de 08 de 2011). *El efecto del conocimiento y comportamiento social del boyacense sobre su turismo - informe final de investigación*. Tunja: Universidad Santo Tomas - CIUSTA. Recuperado el 2023, de segundo simposio internacional de investigación en ciencias económicas, administrativas y contables – sociedad y desarrollo: <http://publicaciones.ustatunja.edu.co/ebook/coportamientosocial/HTML/files/assets/common/downloads/publication.pdf>
- Riveros Lemus, V. M. (2021). *Portafolio Camaqui-tours-paquetes*. Obtenido de Situr-Boyacá: <https://situr.boyaca.gov.co/wp-content/uploads/2022/02/Portafolio-Camaqui-Tour%C2%B4s-paquetes.pdf>
- Rodríguez Pinto, L. L. (2018). *Tu actitud es Aquitania - Una propuesta para vivir y conservar*. Universidad de los Andes. Obtenido de <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/34469/u807734.pdf?sequence=1>
- Situr Boyacá. (2021). *Municipio de Aquitania*. Obtenido de Situr Boyacá - Sistema de Información Turística de Boyacá: <https://situr.boyaca.gov.co/municipio-de-aquitania/>
- STB. (2023). *Base de Datos Sugamuxi PST*. Tunja: Secretaria de Turismo de Boyacá.
- Triviño Pedraza, J. A. (2020). *Evolución del sector turismo y su incidencia en el crecimiento económico del Departamento de Boyacá durante el periodo 2000-2016*. Bogotá: Fundación Universidad de América. Obtenido de Scrib: <http://52.0.229.99/handle/20.500.11839/7742>
- Umaña Mendoza, G., Bravo, A., Camargo Ovalle, N. d., & Oliveros Ocampo, C. A. (2022). *Plan Sectorial de Turismo 2022-2026 Turismo en armonía con la vida*. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Obtenido de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portalDNP/PND-2023/05022023_Plan_Sectorial_Turismo.pdf
- UNWTO. (2021). *Turismo Rural*. Obtenido de Worl Tourism Organization: <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>
- Úsuga Gil, Y., & Roldán de la Hoz, E. A. (2020). *El agroturismo como alternativa para fomentar las actividades agrícolas y turísticas de los municipios de Guarne y Argelia en el oriente antioqueño*. El Carmen de Viboral: Universidad de Antioquia. Obtenido de https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/16882/8/RoldanEdwin_UsugaYuliana_2020_AgroturismoGuarneArgelia.pdf