



# Capítulo 4.

## Perspectivas de innovación tecnológica en actividades de agroturismo

Luis Alberto Morales-Zamorano<sup>1</sup>, Xochitl Jasso-Arriaga<sup>2</sup>,  
Alma Lourdes Camacho-García<sup>3</sup>

### Introducción

El agroturismo se entiende como una actividad realizada en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones) en las que los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo —facilitando alojamiento o alimentación— con el fin de brindar al turista la oportunidad de familiarizarse con los trabajos agropecuarios (Barrera, 2006). Algunos auto-

- 
- 1 PhD. Profesor Universidad Autónoma de Baja California, Facultad de Ingeniería y Negocios San Quintín. [lmorales@uabc.edu.mx](mailto:lmorales@uabc.edu.mx)
  - 2 PhD. Profesora Universidad Autónoma del Estado de México, Centro Universitario Temascaltepec. [xjasso4@yahoo.com.mx](mailto:xjasso4@yahoo.com.mx)
  - 3 PhD. Profesora Universidad Autónoma de Baja California, Facultad de Ingeniería y Negocios San Quintín. [alma.camacho@uabc.edu.mx](mailto:alma.camacho@uabc.edu.mx)

res, como Bardón (1990), Cánoves et. al (2005), Pelegrín-Entenza et. al (2022) y Lorés Domingo (2001), consideran que el turismo rural incluye al agroturismo o “turismo en casa del agricultor”, en el que se realizan un conjunto de actividades que se desarrollan en un entorno natural bajo la premisa del contacto con la naturaleza, la sociedad local y sus tradiciones.

La multifuncionalidad en el uso de suelos productivos agropecuarios, en particular el agroturismo, representa una gran oportunidad para el desarrollo socioeconómico de territorios rurales. La innovación como estrategia de diferenciación, que conduzca al logro y mantenimiento de ventajas competitivas en fincas o haciendas agropecuarias, debe ser el camino a seguir si se desea lograr un mejor desarrollo con el aprovechamiento de sus recursos y capacidades (Kumbhar, 2020). Para lograr esta innovación, los propietarios deben tener iniciativa de diversificar el uso de sus parcelas, originalmente subutilizadas solo con el uso de actividades primarias tradicionales, y de crear sitios atractivos, asociados a una excelente calidad en el servicio al turista. La innovación en el uso de recursos patrimoniales y capacidades transformadoras en medios rurales requiere considerar la conservación del equilibrio ecológico en el entorno natural y cultural.

El agroturismo puede funcionar como un motor del desarrollo económico regional, debido a que genera externalidades positivas y es un potente instrumento de desarrollo y de difusión cultural (Morales-Zamorano et. al, 1995; Pelegrín-Entenza et. al, 2022). Por ello, es necesario hacerlo lo más atractivo posible. Colvée (2016) afirmó que:

Una vez se tiene claro el destino, hay que aplicar todo el conocimiento y todas las herramientas disponibles para localizar el mejor atajo que permita alcanzarlo antes que los demás; **esto es innovar** y la innovación, que implica que las personas

o el mercado responda ante esto, es lo que las empresas necesitan cuando ni el precio, ni siquiera la calidad, son factores de competitividad (p. 9).

En este sentido, se debe aprender a diseñar atractivos turísticos que consideren la promoción de valores tangibles e intangibles (Hernández, 2017; Morales-Zamorano et al., 2020), asociados a una convivencia responsable entre la naturaleza y el turista y el respeto por las diferencias culturales. Para ello, se deben plantear actividades más contemplativas y con un uso más racional, eficiente y sostenible del patrimonio natural y cultural (Cruz Torres y Quesada Fleites, 2018).

El objetivo de este capítulo es presentar una cartera de acciones que faciliten la planificación innovadora de productos turísticos dentro de predios agropecuarios. Se pretende plantear acciones innovadoras que tengan como condicionante fundamental el uso de tecnología sostenible y actividades que no impacten el equilibrio ecológico. Para ello, en primer lugar, se realiza una revisión de los conceptos principales en torno al agroturismo y las perspectivas de innovación que este tiene en sus distintas dimensiones; luego se establecen algunas recomendaciones para aprovechar el potencial de esta actividad y configurarla como una alternativa que permita generar ingresos de manera sostenida en el tiempo. Por último, se presentan las conclusiones.

## I. Marco conceptual

El agroturismo es un tipo de turismo que se lleva a cabo dentro de explotaciones agropecuarias, combina recreación tradicional y el contacto con la vida del predio para conocer el modo de vida rural y las tradiciones agrícolas (Constabel, et. al, 2008). El agroturismo se ha caracterizado de diversas maneras por diferentes investigadores como Constabel et al. (2008) y Zamorano (2002). De una manera general puede quedar de-

finido como una modalidad del turismo en espacios rurales, asociada bien a la participación u observación activa del turista en las actividades agropecuarias o bien a la prestación de servicios de alojamiento, diversión, aprendizaje, gastronomía y comercialización de productos frescos o procesados dentro de la misma propiedad agrícola (Blanco y Riveros, 2011).

El agroturismo es un modelo de agronegocio orientado a la sustentabilidad en sus dimensiones económica, ambiental y social (Broccardo et al., 2017; Addinsall, 2017; Flanigan et al., 2015; Phillip et al., 2010); además, contribuye al desarrollo sustentable de las áreas rurales, representando una novedosa estrategia de recepción con alimentación y hospedaje, basado en valores de desarrollo sostenible (Paniccia et al., 2017). Los productos turísticos son paquetes de elementos tangibles o intangibles que incluyen bienes, servicios, eventos, lugares o personas. A través de estos se satisfacen las necesidades de los visitantes, es decir, deben beneficiar de una u otra manera al turista (Hu y Ritchie, 1993).

Por otra parte, la innovación implica la introducción un nuevo concepto, ya sea un producto, proceso, servicio, técnica de marketing, estructura organizativa o mercado (Brooker y Joppe, 2014; Palacio-Fierro et al., 2017). Innovar en agroturismo representa una iniciativa que reta al empresario de agronegocios a que considere un uso multifuncional de los suelos agropecuarios (Román et al., 2020). Lo anterior conduce a un cuestionamiento sobre una nueva aproximación a las formas tradicionales de usar los suelos productivos que son sensibles a la demanda de servicios; además, requiere pensar en la conservación cultural, la protección del medio ambiente y la apreciación del paisaje. Todas las innovaciones que se introduzcan en la planeación de proyectos agroturísticos deben cuidar la conservación de la autenticidad y la vocación vivencial (López-Guzman et al., 2013). En este sentido, el producto agropecuario

tradicional de la finca debe ser el elemento básico central en la cultura, así como el atractivo turístico principal.

## 2. Perspectivas innovadoras en agroturismo

### 2.1. *Innovaciones internas del destino turístico*

En los destinos turísticos ubicados en fincas agropecuarias, que tiendan a la multifuncionalidad en su uso de suelos, se pueden desarrollar innovaciones internas en seis amplias dimensiones:

- **El producto** agropecuario tradicional y el innovador, que puede ser agrícola, ganadero, de acuicultura, pesquero o selvático.
- **Los recursos**, que pueden incluir innovaciones en el uso de recursos naturales, culturales, humanos, instalaciones y tecnología.
- **Los procesos**, que pueden incluir innovaciones en actividades de producción agropecuaria, energía limpia, manejo eficiente de materia prima, seguridad y ambientación.
- **Las capacidades**, que pueden incluir innovaciones en hacer multifuncional el uso de suelos de la finca, como la realización de recorridos interpretativos dentro de la finca, la prestación de servicios de hospedaje, alimentación y comercialización de productos o subproductos y actividades recreativas.
- **La educación**, como oferta de talleres y videos culturales, talleres agroalimentarios, jardinería, manualidades y avistamiento de la naturaleza.
- **La salud**, con innovaciones atractivas en servicios como el consumo de hierbas medicinales, talleres, terapias, ejercicio y tratamientos.

### 2.1.1. *Productos agrarios*

Además de los productos que han sido producidos durante años en una finca, que pueden ser agrícolas, ganaderos, de acuicultura y pesqueros, se pueden desarrollar innovaciones en productos de acuerdo con lo que el mercado desea y esté dispuesto a pagar. Entre las innovaciones en productos que se pueden introducir se encuentran las siguientes:

#### **Agrícolas**

- Alimentos naturales (crudos) orgánicos: el turismo agroalimentario tiene alta demanda. Las frutas y verduras orgánicas le confieren aún más valor a dicha demanda. Por ello, contar con viveros para cultivar frutas, hortalizas y verduras puede ser de gran atractivo. La observación o participación del turista en actividades de siembra, cosecha y empaque de estos productos puede agregar aún más valor para los visitantes.
- El cultivo de productos exóticos para cosecha y venta al turista, sea frescos o preparados. Por ejemplo, pitayos, papa voladora (*Dioscorea bulbifera* L.), maíz multicolores, maíz ajo (tunicado), champiñones, berenjenas, girasoles y otras flores, nopales, sábila y plantas medicinales, entre muchos otros.
- Árboles frutales como higueras, guayabos, cítricos (naranjos, limones, mandarinas, etc.), árboles de aguacate (palta), duraznos, granados, nogales, etc.

*Alimentos procesados o secundarios, a partir de productos agrícolas de la finca:*

- Alimentos orgánicos procesados en diferentes presentaciones, sin conservantes.

- Dulces, mermeladas y paletas de frutas hechos con productos cosechados en la finca.
- Panes a la leña horneados con diferentes formas, tamaños y sabores, con degustación.
- Producción de vinos (de uva), licores de frutas (de fresa, mora, cereza, etc.) y fermentos de piña o maíz, con degustaciones.

### **Pecuarios**

En ganadería se puede diversificar la crianza de animales al introducir nuevas especies, convencionales o exóticas, que aporten un atractivo turístico adicional al visitante. También se puede innovar en la elaboración de subproductos del ganado. Ejemplo de innovaciones pecuarias podrían ser las siguientes:

- Introducción de vacas lecheras y caballos para paseo y para equinoterapias.
- Crianza de animales exóticos como guajolotes, conejos, avestruces, gansos, patos, gallos de pelea, codornices, abejas, etc.

### *Productos secundarios o procesados:*

- Carne fresca, conservada al vacío, congelada, etc. de res, puerco, chivo, borrego, aves.
- Carne seca, salada, machaca, embutidos, en tiras secas para botana, en vinagre, etc.
- Piel curtida, leche, yogurt, miel de abeja, huevos de gallina, pato, ganso y codorniz.
- Quesos originales (innovadores) de res y de cabra, con degustaciones.
- Abono, etc.

## Acuicultura y pesca

Crear una pequeña laguna artificial o reservorio de agua dulce, que puede estar acompañado del cultivo de peces y crustáceos. Como actividad recreativa, la pesca o captura de langostinos puede representar una buena iniciativa de tecnología innovadora en una hacienda agropecuaria. Como ejemplo de especies introducidas se pueden considerar las siguientes:

- En agua dulce: langostinos y peces como tilapia, trucha, mojarra, bagre, lobina, etc.
- En playas y esteros: ostiones, camarones, almejas, etc.

### 2.1.2. Recursos

Se refiere a la innovación por incorporación a la finca de atractivos naturales, aprovechamiento del patrimonio cultural, optimización de recursos humanos, instalaciones y recursos tecnológicos.

#### Patrimonio natural

Es muy recomendable tener vegetación o áreas verdes dentro de la finca que produzcan sombra y adornen con flores coloridas para dar vida a los procesos dentro de la finca. Es por esa razón que la introducción de árboles de sombra, pasto y plantas florales puede considerarse como una innovación en la imagen de la empresa. Se pueden introducir, por ejemplo:

- Árboles de sombra como ficus (microcarpa, elástica y benjamina), jacarandas, roble sedoso, acacia, ceibas, pinos, pirulos.
- Jardines con césped, rosales, floripondios (*Brugmansia arborea*), aves del paraíso, arbustos con flores como buganvillas, camelias, hortensias, jazmines y jardines con diseños florales, enredaderas y emparrados o parrones de uvas, etc.



- Palmeras de diferentes tipos (cocoteras, datileras, de abanico, plumosa, reina y de jardín), así como pinos ornamentales (pino estrella o araucaria) y bananeros.
- Paisajes, avistamiento de plantas y aves silvestres, endémicos y migratorios.

### Patrimonio cultural

- Intangibles: aprovechar valores culturales, como las costumbres y tradiciones antiguas, para introducir innovaciones ha sido un elemento generalmente reconocido en la literatura de administración de empresas a nivel global (Petruzzelli y Savino, 2015; Presenza et al., 2019; Roman et al., 2020). Algunos valores culturales que se pueden compartir son la historia de la empresa, anécdotas, experiencias, alimentos tradicionales o emblemáticos, vestido, religión y festividades religiosas, entre otras.

El regreso a los orígenes y la autenticidad revelan valores, prácticas y habilidades conectadas a tradiciones. Esto permite que las personas que visitan experimenten los servicios como únicos o distintos, dado su fuerte rasgo de identidad cultural. Si el agroturismo contribuye a la creación de valor por medio de la reincorporación de valores casi perdidos de las tradiciones antiguas, es posible considerar que introduce innovaciones para un mercado que busca reencontrarse con un patrimonio cultural rural desconocido y un patrimonio natural intangible y vivo.

### Recursos humanos

Son el activo más valioso de la finca y por ello debe ser cuidado. Recientemente denominados “clientes internos”, los empleados deben ser

capacitados continuamente con formas innovadoras de servicio que sorprendan y emocionen al cliente. En agroturismo son ellos quienes dan atención directa al visitante y todo el esfuerzo puede resultar en una excelente, divertida e inolvidable relación con el turista.

### **Instalaciones (vialidades, infraestructura, equipo, etc.)**

- Vías de acceso, estacionamiento y senderos para recorridos dentro de la finca.
- Instalaciones de riego, procesos, tractores, maquinaria y equipo, almacén, etc.
- Área para la investigación, innovación y desarrollo de productos.

### **Tecnología**

- Tecnología para la siembra y cosecha de hortalizas, frutillas, frutas (naranjas, uvas, manzanas, etc.),
- Tecnología para el reúso de agua y riego inteligente (automatizado) de jardines, árboles frutales, viveros, etc.
- Climatización, riego automático, fertilización y humidificación automática en cultivos con tecnología de agricultura protegida. Control de dichos factores con dispositivos móviles.
- Tecnología de cultivo por hidroponía.
- De transformación: tecnologías automáticas para recolección de huevos, tecnología para ordeña automática, producción de quesos, horneado de panes, pozos de agua dulce con tecnología manual, innovaciones en composteo y uso del metano para consumo interno.
- Tecnología de empaque de productos agropecuarios dentro de la finca.

- TIC para la comunicación con proveedores y pedidos, para suministro a tiempo a distribuidores y clientes diversos, para el control automatizado de seguridad y vigilancia, entre otros.
- TIC para el seguimiento geolocalizado (GPS) de camiones de transporte de productos de la finca hacia los mercados y clientes.
- Recursos tecnológicos de comunicación automática entre fincas para fortalecer rutas.
- Puntos de venta, cajeros automáticos y uso de redes.

### 2.1.3. Procesos

Innovación en procesos agropecuarios primarios y en procesos secundarios relacionados con economía circular, procesos con recorridos vivenciales y comunicación.

#### Procesos agropecuarios primarios

- La participación activa del turista en actividades de siembra, cosecha, empaque, alimentación de animales, limpieza de corrales, ordeño, fabricación de quesos, recolecta huevos y cosecha de miel de abeja, entre muchas otras actividades, debe formar parte de la oferta al visitante para que tenga la experiencia de vivir los ambientes rurales agropecuarios.

#### Procesos agropecuarios secundarios

Economía circular y actividades vivenciales y comunicativas

*Recorridos interpretativos:*

- Recorridos interpretativos guiados dentro de la granja usando transporte jalado con tractores o caminatas con avistamiento de paisajes, jardines y animales de corral.

- Señalizaciones luminosas con movimiento eólico, comunicación efectiva y amplia.

#### *Economía circular:*

- Aprovechamiento integrado de residuos alimenticios agrícolas utilizando productos que no pasan el control de calidad de exportación para elaboración de licores, cremas, gelatinas, dulces, mermeladas, botanas, etc.
- Energías limpias: generadores eólicos de energía, paneles y calentadores de agua solares (con explicación de su funcionamiento).
- Generación y almacenamiento de biogás (gas metano) en reactores de composteo.
- Jardineras, viveros y vialidades hechos con material reutilizable (como malla sombra, llantas usadas, envases desechables, botellas de vino, latas, plásticos agrícolas, residuos plásticos, etc.).
- Iluminación LED en toda la finca.
- Tecnologías de fertilización de cultivos con producto del vermicompostaje, uso de diferentes sustratos para cultivo, etc.
- Desalinización de aguas.

#### *2.1.4. Capacidades*

Innovación en servicios de hospedaje, alimentación, comercialización, atractivo turístico, innovación en actividades recreativas, deportivas y artísticas.

##### **Hospedaje**

- Áreas para acampar entre árboles con asadores, *glamping*, cabañas de madera, habitaciones exóticas con tragaluces, etc.

- Salón para reuniones y festejos con tecnologías de sonido envolvente y filmación multi-grabado.

### **Alimentación**

- Oferta de alimentos emblemáticos y tradicionales de la región y la finca.
- Bufés diarios con productos frescos cosechados en la finca en comedores con muchas plantas y sonidos naturales (de aves y de agua).
- Sanitarios higiénicos con diseño rústico y bien ventilados.

### **Comercio (venta de productos y subproductos)**

Comercio de productos como: alimentos frescos, preparados y en conserva, bebidas (licores), panes, leche y quesos, huevos frescos y encurtidos, miel de abeja, suvenires, artesanías, ropa, recetas, etc.

### *Recreación, deporte, juegos, diversión, arte y arquitectura del paisaje*

- Bebederos para quienes visitan y bebederos para colibríes.
- Recorridos internos con señalamientos y decoración, arquitectura del paisaje, etc.
- Paseos a caballo, parrilladas, concursos, competencias, carreras, etc.
- Área para campamentos vacacionales, deportivos y recreativos para niños y jóvenes.
- Canchas de fútbol rápido, cancha de voleibol de arena, basquetbol, tenis, etc.
- Alberca para niños, con chapoteadero y toboganes; juegos mecánicos, como columpios, resbaladeros, palancas y pasamanos.

- Auditorio tipo “concha acústica” para conciertos de música y bailes folclóricos regionales al aire libre con sonido envolvente.
- Área con mesas y sillas pequeñas para que los niños practiquen ejercicios de pintura y dibujo.
- Juegos de mesa para niños (mesas de futbolito, Jenga, Twister, Monopolio), para adultos mayores (mesas para juegos de dominó, ajedrez), para señoras y jóvenes (barajas, loterías, rifas), etc.

### *2.1.5. Educación*

Oferta innovadora de talleres agroalimentarios, de jardinería, manualidades, astronomía, cultura indígena y avistamiento de la naturaleza.

- Recorridos de educación ambiental para grupos escolares (infancias de entre 3 y 15 años), en los que se enseñe compostaje, energías limpias y manejo integrado de residuos agropecuarios.
- Videos continuos sobre el origen e historia de la empresa.
- Talleres agroalimentarios: aprender a hacer queso, pan y vino.
- Talleres de jardinería: germinación, poda, injertos, trasplantes y compostaje.
- Talleres de manualidades: elaboración de artesanías con desechos o residuos agropecuarios como conchas, huesos, pieles, cáscaras de huevo, frutas podridas, etc.
- Taller de identificación de fauna silvestre y plantas.
- Taller nocturno de astronomía con observatorio para identificación de planetas y constelaciones (Hjalager, 2010).
- Lengua y cultura indígena: talleres de dialectos, estructuras político-religiosas, procesos de intercambio (comerciales), valores familiares, etc.

### 2.1.6. Salud y seguridad

Actividades innovadoras en la incorporación de la medicina naturista a los valores de la finca con talleres, ejercicios y tratamientos fisioterapéuticos:

- Medicina naturista (fitoterapia), *Vis Medicatrix Naturae*.
- Hidroterapia, sofrología, yoga, herbolaria, masajes, jacuzzi.
- Taller de nutrición y deporte.
- Taller de ejercicio para personas de la tercera edad (con medicina geriátrica naturista).
- Tecnologías mecanizadas de rotondas para equino-terapias
- Tratamientos naturales para la piel.
- Andadores alrededor de la finca para caminar, trotar y correr (con bebederos).
- Cámaras de seguridad, equipo de emergencias y primeros auxilios (enfermería), equipo contra incendios, etc.

### 2.2. Innovaciones externas

- Diseñar una puerta de acceso con una arquitectura gigante (icónica).
- Vías de acceso atractivas con paisajes acordes a la identidad agropecuaria de la finca.
- Tecnologías de seguridad e iluminación automática LED en exteriores y estacionamientos.
- Actividades de marketing: diseñar el destino turístico para que “sorprenda” al turista; realizar publicidad electrónica por medio de redes sociales, páginas web y blogs; desarrollar un análisis de costos y

beneficios y segmentar el mercado para diferentes generaciones y orígenes. Lo anterior es indispensable para adaptar el concepto de negocio a los gustos y necesidades del mercado y enfocar el marketing mix a los segmentos de turistas seleccionados.

- Involucrar a las agencias de viaje y operadores turísticos en la promoción de este tipo de turismo.
- Utilizar tecnologías de la comunicación con el uso de redes internas y externas.
- Formar alianzas con fincas vecinas, instituciones educativas y el gobierno para crear rutas temáticas o paseos agropecuarios.
- Organizar ferias gastronómicas y festivales de productos agropecuarios (fiesta de la fresa, del tomate, del vino, etc., concursos de paellas, platillos de mariscos, dulces y nieves de frutas, etc.) y exposiciones agrícolas y ganaderas.
- Promover presentaciones artísticas y culturales con bailes folclóricos y carreras de caballos.
- Exportar la marca de la finca, haciendo *branding* internacional con productos transformados.

### 3. Recomendaciones para potenciar el agroturismo

Es indispensable que se realice un análisis de la demanda potencial o del mercado por generaciones (Morales-Zamorano et al. 2016). Se recomienda plantear estrategias de posicionamiento, utilizando mezclas de marketing, con el fin de lograr y mantener una ventaja competitiva.

Otro punto a evaluar es el de la asociatividad como una opción para el desarrollo de territorios unidos al agroturismo. Todo esto deberá con-



tener estrategias digitales y de comunicación acordes con el segmento que se desea explorar. También se debe trabajar el tema relacionado con la tecnología e incluso la transferencia tecnológica de las mejores prácticas a implementar (Patri, 1999).

Es recomendable promover la creación de un programa dentro de la finca que cuide la salud de personas de la tercera edad (envejecimiento activo saludable). Debido a la creciente demanda del segmento de mayores de 55 años (García Henche, 2005), se deben establecer propuestas valiosas y atractivas para el turismo de la tercera edad, tales como: senderos asistidos; instrumentos o tecnologías para detectar el estado de salud a control remoto (Rivezzi, 2018); eventos para sus interacciones sociales basadas en actividad física, eventos culturales, guianzas y excursiones.

Para lograr resultados exitosos se hace indispensable establecer segmentos de mercado específicos en el desarrollo de acciones, no solo en segmentos por generaciones, sino considerar aspectos más apropiados de acuerdo a la zona, los productos y tipo de turismo que se quiera llevar a cabo; en este sentido, es necesario considerar el tipo de impacto que se quiere tener (zonal, cultural, social o ambiental) y promover la diferenciación.

Adicionalmente, se recomienda considerar la incursión en procesos de certificación, no solo para la inocuidad de los procesos, sino para el cumplimiento de requisitos de calidad para el servicio de hospedaje rural, ya sea en forma de casas rurales, cabañas, *glamping* o áreas para acampar. También deberían considerarse certificaciones en salud y seguridad ocupacional y en materia de conservación del equilibrio ecológico y calidad de los recursos naturales (certificación medioambiental). Estas certificaciones permiten explorar estas líneas de forma responsable y con un aporte para la región y sus reservas.

## 4. Conclusiones

Innovar es una filosofía de transformación que se logra con el desarrollo de una constante creatividad. Al orientar la creatividad innovadora hacia la satisfacción de gustos, preferencias y deseos de un mercado diverso y cambiante, como el del agroturismo, se puede lograr un gran impulso al desarrollo multifuncional de las fincas.

Un agroturismo exitoso es aquel que entabla excelentes relaciones entre granjeros, comunidades vecinas y operadores turísticos e innova en el establecimiento de rutas agropecuarias temáticas y festivales regionales agroalimentarios.

Se requiere promover la creación de una normatividad aplicable a las fincas de cada región que proteja el patrimonio natural y cultural. Se debe trabajar en el diseño de lineamientos ecológicos para que los visitantes sigan normas de sanidad en los huertos familiares, con el fin de mostrar los procesos de producción de manera cuidadosa.

Por otra parte, es importante que la implementación de las innovaciones seleccionadas no reduzca la rusticidad proporcionada en la oferta, lo cual podría conducir a que algunos clientes abandonen la compra de los servicios o el perder la identidad y valores en las fincas de agroturismo.

Todas las actividades anteriormente sugeridas, sean altamente innovadoras o no tanto, requieren ser adaptadas al contexto de cada agronegocio. Por lo tanto, es indispensable que no solo se considere realizar una investigación del mercado, sino el diseño de un modelo de negocio y su estudio de factibilidad técnica y financiera para determinar si es viable invertir tiempo y dinero en innovaciones y si estas efectivamente pueden conducir al logro de una visión de negocio agroturístico.

## Referencias bibliográficas

- Addinsall, C., Scherrer, P., Weiler, B. y Glencross, K. (2017). An ecologically and socially inclusive model of agritourism to support smallholder livelihoods in the South Pacific. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22, 301-315. <http://dx.doi.org/10.1080/10941665.2016.1250793>
- Bardón, E. (1990). Consideraciones sobre el turismo rural en España y medidas de desarrollo. *Estudios Turísticos*, 108, 61-83. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2205226>.
- Barrera, E. (2006). *Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. CINTERFOR-OIT
- Blanco, M. y Riveros, H. (2011). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. *Estudios Agrarios*, 17(49), 117-125.
- Broccardo, L., Culasso, F. y Truant, E. (2017). Unlocking Value Creation Using an Agritourism Business Model. *Sustainability*, 9, 1618. <https://doi.org/10.3390/su9091618>
- Brooker, E. y Joppe, M. (2014). Developing a tourism innovation typology: Leveraging liminal insights. *Journal of Travel Research*, 53(4), 500-508. <http://dx.doi.org/10.1177/0047287513497839>
- Cánoves, G.; Herrera, L. y Blanco, A. (2005). Turismo rural en España: Un análisis de la evolución en el contexto europeo. *Cuadernos de Geografía*, 77, 041-058. Disponible online: [https://www.uv.es/cuadernosgeo/CG77\\_041\\_058.pdf](https://www.uv.es/cuadernosgeo/CG77_041_058.pdf)
- Colvée, J.L. (2016). *Las TIC en la estrategia empresarial*. Editorial Anetcom.
- Constabel, S., Oyarzún, E. y Szmulewics, P. (2008). *Agroturismo en Chile: Caracterización y perspectivas*. Fundación para la Innovación Agraria del Gobierno de Chile y Universidad Austral de Chile.
- Cruz Torres, L. y Quesada Fleites, R.E. (2018). Diseño de una estructura integral de una finca de agroturismo sostenible. *Retos Turísticos*, 17(3), 1-7.
- Flanigan, S., Blackstock, K. y Hunter, C. (2015). Generating public and private benefits through understanding what drives different types of agritourism. *J. Rural Stud.*, 41, 129-141. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.08.002>
- García Henche, B. (2005). Características diferenciales del Producto turismo rural. *Cuadernos de Turismo*, 15: 113-133. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18481>
- Hernández, F. M. (2017). The World is touristic and large. Theoretical and methodological notes on tourism geography in current times. *Espacio y Desarrollo*, (29), 57-90. <https://doi.org/10.18800/espacioydesarrollo.201701.003>



- Hjalager, A.M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31, 1–12.
- Kumbhar, V. M. (2020). Establishment, Selection of Site and Some Critical Success Factors in Agritourism Business. *Zeichen Journal*, 6(9), 136-144.
- Morales-Zamorano, L.A., Cabral-Martell, A.; Aguilar-Valdes, A.; Velasco-Aucly, L. y Holguín-Moreno, O. (1995). Agroturismo y competitividad, como oferta diferenciadora: el caso de la ruta agrícola de San Quintín, Baja California. *Revista Mexicana de Agronegocios*, vol. 37, 185-196.
- Morales-Zamorano, L.A., Velasco Aucly, L. y Reyes Orta, M. (2016). Estrategias para el posicionamiento del ecoturismo rural en sitios con vocación acuacultural y pesquera en Baja California, México. En: López, Moreno y Marín: *Tópicos de Pesca y Acuicultura en el Noroeste de México*. (pp 243-278). Editorial UABC.
- Morales-Zamorano, L.A., Camacho-García, A.L., Bustamante-Valenzuela, A.C., Suarez-Hernández, A.M. y Holguín-Moreno, O., (2020). Intangible resources in sustainable agritourism, as a competitive advantage. *Journal of Business and Economics*, 11(5), 561-569. <http://www.academicstar.us/UploadFile/Picture/2021-1/2021115112943246.pdf>
- López-Guzmán, T., García, J. R. y Rodríguez, Á. V. (2013). Revisión de la literatura científica sobre enoturismo en España. *Cuadernos de turismo*, (32), 171-188.
- Lorés Domingo, C. (2001). *Agroturismo: nuevos productos y servicios Turísticos en el medio rural*. FITUR. Publicación anual de la AECIT. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España. 203-216.
- Palacio-Fierro, A., Arévalo-Chávez, P. y Guadalupe-Lanas, J. (2017). Tipología de la Innovación Empresarial según Manual de Oslo. *CienciAmérica*, 6(1), 97-102.
- Paniccia, P.M.A.. Silvestrelli, P. y Leoni, L. (2017). Imprese agricole, territorio e turismo in sinergia per lo sviluppo sostenibile. *Impresa Progett*, 3, 1–32.
- Patri, J. (1999). *Agroturismo una opción innovadora para el sector rural*. Manual para la Innovación. Fundación para la Innovación Agraria (FIA). Ministerio de Agricultura de Chile.
- Pelegrín-Entenza, N., Vázquez-Pérez, A. y Pelegrín-Naranjo, A. (2022). Rural Agrotourism Development Strategies in Less Favored Areas: The Case of Hacienda Guachinango de Trinidad. *Agriculture*, 12, 1047. <https://doi.org/10.3390/agriculture12071047>

- Petruzzelli, M.A. y Savino, T. (2015). Reinterpreting tradition to innovate: The case of Italian haute cuisine. *Industry and Innovation*, 22(8), 677–702. <https://doi.org/10.1080/13662716.2015.1122512>
- Phillip, S., Hunter, C. y Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31(6), 754–758. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.001>
- Presenza, A., Petruzzelli, A.M. y Sheehan, L. (2019). Innovation through tradition in hospitality. The Italian case of Albergo Diffuso. *Tourism Management*, 72, 192–201. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.020>
- Rivezzi, M. (2018, November 7-9). *The role of agritourism in promoting active and healthy ageing: a new social tourism perspective for Europe* [Conference presentation]. 1st World Congress on Agritourism, Bolzen, Bolzano.
- Román, M., Román, M. y Prus, P. (2020). Innovations in Agritourism: Evidence from a Region in Poland. *Sustainability*, 12(12), 1-21, Article 4858. <https://doi.org/10.3390/su12124858>
- Zamorano, F. (2002). *Turismo alternativo: Servicios turísticos diferenciados*. Trillas. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/03/Turismo-Alternativo-Servicios-Tur%C3%ADsticos-Diferenciados-de-Francisco-M.-Zamorano.pdf>