



Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), julio-agosto 2026,
Volumen 10, Número 4.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v10i4

INNOVACIÓN DIGITAL PARA EL TURISMO COMUNITARIO: CASO PIJAO – QUINDÍO, COLOMBIA

**DIGITAL INNOVATION FOR COMMUNITY-BASED TOURISM:
THE CASE OF PIJAO – QUINDÍO, COLOMBIA**

Andrés Mauricio Quintero Ramírez
Fundación Universitaria Área Andina

Laura Daniela Medina Valbuena
Fundación Universitaria Área Andina

Innovación digital para el turismo comunitario: caso Pijao – Quindío, Colombia

Andrés Mauricio Quintero Ramírez¹

andremauq@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0003-5852-1984>

Fundación Universitaria Área Andina
Bogotá, Colombia

Laura Daniela Medina Valbuena

dmedinav99@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0005-3281-4935>

Fundación Universitaria Área Andina
Bogotá, Colombia

RESUMEN

El turismo comunitario rural en Colombia se ha consolidado como una estrategia para fortalecer economías locales y resiliencia socioecológica; no obstante, persisten brechas asociadas a la concentración de la actividad turística en destinos consolidados, lo que limita la visibilidad digital y el acceso al mercado de territorios emergentes. El objetivo de este estudio es formular y evaluar la viabilidad de una estrategia de innovación digital denominada *TurisVista*, orientada a la visibilización del turismo comunitario rural en el municipio de Pijao (Quindío). La investigación adopta un enfoque mixto, integrando encuestas y entrevistas a actores locales y turistas potenciales, y aplica la Metodología del Marco Lógico para analizar la factibilidad técnica, de mercado y financiera de la propuesta. Los hallazgos evidencian brechas en georreferenciación rural, baja presencia digital de atractivos comunitarios y alta valoración de experiencias auténticas y narrativas locales. Los resultados validan la viabilidad conceptual de una plataforma digital ligera, con funcionalidades offline y centrada en geolocalización, storytelling territorial y conexión directa con prestadores comunitarios. Se concluye que *TurisVista* constituye una alternativa replicable para fortalecer la visibilidad, identidad cultural y sostenibilidad del turismo comunitario en contextos rurales, contribuyendo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible 8 y 10.

Palabras clave: innovación digital; turismo comunitario; desarrollo territorial; factibilidad; visibilidad digital.

¹ Autor principal

Correspondencia: dmedinav99@gmail.com

Digital Innovation for Community-Based Tourism: The Case of Pijao – Quindío, Colombia

ABSTRACT

Rural community-based tourism in Colombia has emerged as a strategy to strengthen local economies and socio-ecological resilience. However, tourism activity remains concentrated in consolidated destinations, limiting digital visibility and market access for emerging rural territories. This study aims to formulate and assess the feasibility of a digital innovation strategy, *TurisVista*, designed to enhance the visibility of community-based tourism in the municipality of Pijao (Quindío). A mixed-methods approach was employed, combining surveys and interviews with local stakeholders and potential tourists. The Logical Framework Methodology was applied to evaluate technical, market, and financial feasibility. Findings reveal gaps in rural georeferencing, limited digital presence of community attractions, and strong demand for authentic, narrative-based experiences. Results conceptually validate the feasibility of a lightweight, offline-friendly digital platform focused on geolocation, territorial storytelling, and direct interaction with community service providers. *TurisVista* represents a replicable alternative to strengthen visibility, cultural identity, and sustainability in rural tourism contexts, contributing to Sustainable Development Goals 8 and 10.

Keywords: digital innovation; community-based tourism; territorial development; feasibility analysis; digital visibility.

*Artículo recibido 20 mayo 2026
Aceptado para publicación: 20 junio 2026*



INTRODUCCIÓN

Colombia posee una notable riqueza natural, cultural y paisajística distribuida en múltiples territorios rurales con alto potencial turístico. No obstante, la actividad turística nacional continúa concentrándose en destinos consolidados, generando fenómenos simultáneos de saturación en ciertas zonas e invisibilización de regiones con significativo valor histórico, cultural y ecológico. Esta distribución desigual refleja brechas territoriales persistentes que limitan la integración de comunidades rurales a las dinámicas económicas del turismo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021; Fontur, 2021). En este contexto, diversos territorios rurales —denominados en la literatura como “pueblos ocultos” o territorios invisibilizados— permanecen al margen de los circuitos turísticos tradicionales, pese a contar con activos naturales y culturales estratégicos (Gascón y Milano, 2017). Las principales limitaciones identificadas se relacionan con la baja visibilidad digital, la escasa promoción estructurada y el acceso restringido a herramientas tecnológicas para posicionarse en mercados turísticos nacionales e internacionales. Estas condiciones reducen sus oportunidades de generación de ingresos y profundizan desigualdades territoriales existentes (Ruiz-Ballesteros, 2014; Mora y Bohórquez, 2021).

Frente a esta problemática, el turismo sostenible y comunitario se ha consolidado como una alternativa orientada al fortalecimiento del desarrollo local y la resiliencia socioecológica. Este modelo promueve la participación activa de las comunidades en la gestión turística, la preservación cultural y la distribución más equitativa de beneficios (Ruiz-Ballesteros, 2014). Sin embargo, su potencial transformador depende cada vez más de su integración con dinámicas contemporáneas de información, comercialización y visibilización digital (Gascón y Milano, 2017).

La literatura reciente subraya el papel estratégico de la innovación digital en la competitividad turística. Las plataformas web, los mapas interactivos y los sistemas de georreferenciación facilitan la toma de decisiones del viajero y amplían la conexión entre visitantes y destinos emergentes (OMT, 2023; Buhalis y Amaranggana, 2015). No obstante, en contextos rurales persisten barreras relacionadas con la conectividad, los costos de implementación y la limitada apropiación tecnológica, lo que exige soluciones adaptadas a realidades locales (Gutiérrez y García, 2022).

Desde el enfoque de la innovación social y territorial, se enfatiza la necesidad de diseñar herramientas tecnológicas participativas, centradas en las comunidades y orientadas al fortalecimiento de la identidad

local (Mulgan et al., 2007; Muñoz Aréyzaga, 2020). Asimismo, organismos internacionales han señalado que las tecnologías digitales de bajo costo pueden contribuir al desarrollo rural cuando se implementan bajo principios de inclusión y sostenibilidad (PNUD, 2021). Sin embargo, persiste una brecha entre estos postulados teóricos y su aplicación práctica en destinos comunitarios rurales colombianos.

A partir de esta problemática, la presente investigación aborda la baja visibilidad y accesibilidad digital de los destinos turísticos comunitarios rurales como un factor limitante para su posicionamiento, sostenibilidad económica y fortalecimiento cultural. En consecuencia, se plantean las siguientes preguntas de investigación: ¿cómo puede una estrategia de innovación digital contribuir a la visibilización de destinos turísticos comunitarios rurales? ¿Cuáles son las condiciones técnicas, sociales y de mercado necesarias para evaluar su viabilidad? ¿Qué elementos de diseño resultan críticos para facilitar la conexión entre visitantes y territorios históricamente invisibilizados?

El estudio se orienta a formular una estrategia de innovación digital denominada TurisVista, tomando como caso de estudio el municipio de Pijao, en el departamento del Quindío. La investigación se justifica académicamente por la necesidad de generar evidencia empírica sobre modelos de innovación digital aplicados al turismo comunitario desde un enfoque territorial y participativo. Socialmente, responde al propósito de fortalecer el empoderamiento comunitario, democratizar el acceso al mercado turístico y reducir brechas territoriales, en coherencia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 8, 10 y 11 (Naciones Unidas, 2015).

El municipio de Pijao representa un caso pertinente debido a su alto valor paisajístico y cultural, así como a la ausencia de estudios sistemáticos sobre visibilidad turística digital. A diferencia de otros municipios del Quindío con mayor posicionamiento, Pijao evidencia un vacío investigativo en esta materia, lo que convierte este estudio en un aporte novedoso al generar fundamentos conceptuales y empíricos para su fortalecimiento como destino rural sostenible.

En este sentido, la presente investigación contribuye al debate académico al articular innovación digital, turismo comunitario y desarrollo territorial sostenible, proponiendo un modelo conceptual y metodológico replicable para la visibilización de territorios rurales en contextos latinoamericanos.

Objetivo general

Formular una estrategia de innovación digital orientada al turismo comunitario, evaluando su viabilidad técnica, de mercado y financiera para la visibilización de destinos turísticos rurales, tomando como caso de estudio el municipio de Pijao, Quindío.

Objetivos específicos

Diagnosticar las brechas de visibilidad digital del territorio

Diseñar un prototipo de plataforma basado en mapas interactivos y narrativas locales

Evaluar su factibilidad económica y definir un plan de escalamiento replicable en otros contextos rurales (CEPAL, 2005)

Validar la estrategia con actores del territorio

Pregunta de Investigación

¿Cómo evaluar la viabilidad de una estrategia de innovación digital participativa para la visibilización de destinos turísticos comunitarios rurales, tomando como caso de estudio el municipio de Pijao (Quindío, Colombia)?

Preguntas Específicas

¿Cuáles son las condiciones técnicas, económicas, de mercado y socioculturales que determinan la factibilidad de implementar una plataforma digital orientada al turismo comunitario en Pijao?

¿De qué manera la innovación digital incide en la visibilidad territorial y en la inclusión y apropiación tecnológica de la comunidad local?

¿Qué elementos de diseño participativo, desde el enfoque de Investigación Acción Participativa, son fundamentales para garantizar la sostenibilidad y legitimidad social de la estrategia propuesta?

MARCO TEÓRICO

El proyecto **TurisVista** se fundamenta en un conjunto articulado de enfoques teóricos que conectan el desarrollo territorial sostenible con la innovación digital inclusiva. Este marco conceptual permite comprender la problemática de invisibilización de destinos rurales y sustentar el diseño de una estrategia tecnológica orientada al fortalecimiento del turismo comunitario.

Turismo sostenible y regenerativo

El turismo sostenible se define como aquel que satisface las necesidades actuales de los visitantes y de las regiones receptoras, protegiendo y mejorando las oportunidades futuras (OMT, 2022). Este enfoque prioriza la conservación del patrimonio natural y cultural, la participación comunitaria y la distribución equitativa de beneficios (Ruiz-Ballesteros, 2014). En contextos rurales, el turismo sostenible constituye una alternativa para dinamizar economías locales sin comprometer los ecosistemas ni las identidades territoriales.

De manera complementaria, el turismo regenerativo amplía esta perspectiva al promover la restauración de ecosistemas y el fortalecimiento de relaciones socioculturales (Dawson et al., 2020). TurisVista se inscribe en este paradigma al proponer una herramienta digital que contribuye a descentralizar la actividad turística, disminuir la presión sobre destinos saturados y posicionar territorios con alto valor cultural y ambiental.

Innovación social y digitalización inclusiva

La innovación social implica la creación de soluciones que responden a problemáticas sociales mediante la participación de múltiples actores y la transformación de modelos tradicionales (Mulgan et al., 2007). En el ámbito digital, esta innovación se orienta a facilitar el acceso de comunidades excluidas a tecnologías que potencien su desarrollo económico y social.

El concepto de “pueblos ocultos” hace referencia a territorios con alto valor cultural, ambiental o histórico que no forman parte de los principales circuitos turísticos (Gascón & Milano, 2017). Su baja visibilidad digital limita su integración a los mercados turísticos. La literatura reciente subraya que la digitalización inclusiva —basada en herramientas accesibles y de bajo costo— puede contribuir a revertir esta exclusión (UNWTO, 2023; Gutiérrez & García, 2022). En este sentido, TurisVista propone una plataforma intuitiva que facilita la apropiación tecnológica y la creación de contenidos locales.

Emprendimiento territorial y participación comunitaria

El emprendimiento territorial se entiende como un proceso de desarrollo económico basado en los recursos, capacidades y cultura del territorio (Vázquez-Barquero, 2009). Este enfoque prioriza iniciativas impulsadas desde las propias comunidades, adaptadas a sus dinámicas sociales y productivas.

En coherencia con esta perspectiva, la participación comunitaria resulta central para la sostenibilidad de los proyectos turísticos. Autores como Bebbington (1999) destacan la importancia de que las comunidades construyan y narren su propia identidad. En turismo, ello implica generar contenidos desde las voces locales, fortaleciendo la autenticidad y el empoderamiento. TurisVista incorpora un enfoque colaborativo en el que actores locales participan en la creación de mapas, relatos, guías y recursos audiovisuales que reflejan su identidad cultural.

Turismo digital e innovación abierta

El turismo digital comprende la incorporación de tecnologías emergentes para transformar la experiencia del viajero y la gestión de destinos (Buhalis & Amaranggana, 2015). Herramientas como mapas interactivos, georreferenciación, realidad aumentada y gamificación permiten enriquecer la experiencia turística y facilitar la toma de decisiones.

Asimismo, el enfoque de innovación abierta (Chesbrough, 2003) promueve la co-creación de soluciones entre comunidades, usuarios y expertos. En contextos rurales, la aplicación de estas tecnologías no requiere necesariamente grandes inversiones; soluciones sencillas y accesibles pueden generar impactos significativos en la visibilización territorial (Ruiz & Hernández, 2021).

Tecnologías emergentes y sostenibles de bajo costo

Las tecnologías emergentes no se limitan a herramientas de alta sofisticación, sino que incluyen soluciones accesibles y escalables aplicables en contextos de baja conectividad (UNWTO, 2023). En el caso de TurisVista, se priorizan herramientas como sistemas básicos de información geográfica (Google Maps, OpenStreetMap), plataformas colaborativas (WordPress, Wix) y producción audiovisual comunitaria.

Este enfoque responde a criterios de sostenibilidad tecnológica, entendida como la capacidad de mantener y escalar soluciones sin dependencia externa excesiva, minimizando costos y recursos (PNUD, 2021). Experiencias colombianas en territorios como Nueva Venecia, Montes de María o Usiacurí evidencian que la apropiación tecnológica comunitaria puede fortalecer la identidad territorial y dinamizar economías locales cuando se implementa de manera contextualizada (MinCIT, 2025).

Estudios acerca de turismo social comunitario

En el contexto latinoamericano, diversos estudios han evidenciado el papel estratégico del turismo rural comunitario como mecanismo de desarrollo territorial sostenible. En este sentido, la investigación titulada Turismo Rural Comunitario como Motor de Desarrollo Económico y Sostenible desarrollada por María Alexandra Castro Rico y Diana Patricia Gutiérrez analiza experiencias en Cusco, Arequipa, Salento y San José del Guaviare, destacando que el turismo rural comunitario constituye un motor clave para el desarrollo económico, la preservación cultural y la sostenibilidad ambiental. A través de un enfoque metodológico mixto, el estudio identifica factores críticos como la participación activa de las comunidades, el fortalecimiento del emprendimiento local y el acompañamiento institucional como elementos determinantes para la sostenibilidad del modelo.

Los resultados de dicha investigación coinciden con los enfoques de turismo sostenible e innovación social al evidenciar que el éxito del turismo comunitario depende de la apropiación territorial, la articulación de actores y el equilibrio entre desarrollo económico, identidad cultural y conservación ambiental. En esta línea, el estudio concluye que el turismo rural comunitario no solo dinamiza las economías locales, sino que también fortalece el tejido social y la resiliencia territorial, siempre que se gestione desde la voz y liderazgo de las comunidades.

En coherencia con estos hallazgos, la propuesta de TurisVista se fundamenta en la necesidad de incorporar herramientas de innovación digital que potencien estos procesos, facilitando la visibilización de territorios emergentes, el fortalecimiento del emprendimiento comunitario y la conexión efectiva entre oferta y demanda turística. De este modo, la presente investigación amplía la discusión existente al integrar el componente digital como factor clave para superar las limitaciones de visibilidad y acceso al mercado identificadas en estudios previos.

De igual manera, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son reconocidas como herramientas clave para la diversificación de rutas, la descongestión de destinos tradicionales y la promoción de territorios emergentes (OMT, 2023). En zonas rurales, mapas interactivos, redes sociales y plataformas colaborativas constituyen instrumentos accesibles para conectar visitantes con la oferta cultural y natural.

En igual sentido, la innovación turística sostenible no se reduce al componente tecnológico, sino que implica transformar la forma en que se diseñan experiencias y se distribuyen beneficios. En este sentido, TurisVista integra tecnología, participación comunitaria y sostenibilidad territorial como elementos interdependientes.

Modelo conceptual de la investigación

El modelo conceptual articula innovación digital, inclusión comunitaria y desarrollo territorial sostenible en un esquema explicativo–aplicado.

La **innovación digital aplicada al turismo comunitario** se establece como variable independiente. Esta se entiende como la implementación de herramientas tecnológicas accesibles orientadas a la georreferenciación, visibilización y promoción de destinos rurales (Buhalis & Amaranggana, 2015; OMT, 2023).

Su implementación incide en dos variables mediadoras:

1. **Inclusión y apropiación digital comunitaria**, referida a la participación activa de las comunidades en la creación de contenidos y en el uso de herramientas tecnológicas, condición esencial para la sostenibilidad social del proyecto (Fals Borda, 2015; Muñoz Aréyzaga, 2020).
2. **Visibilidad digital territorial**, entendida como el posicionamiento de destinos comunitarios en entornos digitales mediante información accesible y georreferenciada (Gascón & Milano, 2017).

La interacción de estas variables contribuye al **desarrollo territorial sostenible**, definido como la valorización del patrimonio, el fortalecimiento de la identidad cultural y la generación de oportunidades económicas locales (Ruiz-Ballesteros, 2014; Mora & Bohórquez, 2021).

De manera transversal, el modelo incorpora criterios de factibilidad técnica, económica, de mercado y sociocultural (CEPAL, 2005), que permiten evaluar la viabilidad integral de la estrategia propuesta.

Con base en lo anteriormente dicho, el marco teórico sostiene que la innovación digital inclusiva, cuando se articula con procesos participativos y criterios de sostenibilidad, puede constituirse en una herramienta efectiva para la visibilización de territorios rurales y la promoción del desarrollo territorial sostenible. Este sustento conceptual orienta el diseño metodológico y el análisis de la viabilidad de TurisVista como modelo replicable en contextos rurales colombianos.

MARCO NORMATIVO

La investigación se fundamenta en el marco normativo colombiano vigente en materia de turismo sostenible, innovación tecnológica y desarrollo territorial, en coherencia con lineamientos internacionales de sostenibilidad y transformación digital.

En el ámbito nacional, la Ley 2068 de 2020 actualiza la legislación turística colombiana e incorpora criterios de sostenibilidad ambiental, sociocultural, económica y tecnológica, promoviendo la formalización, la innovación y la transformación digital del sector. Esta normativa respalda iniciativas orientadas a la descentralización de la oferta y al fortalecimiento de destinos emergentes, en consonancia con la propuesta de TurisVista.

De igual manera, el Plan Sectorial de Turismo 2022-2026 “Turismo en Armonía con la Vida”, formulado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, establece como eje estratégico el turismo sostenible, comunitario y regenerativo. Este plan prioriza la visibilización de territorios históricamente marginados, el fortalecimiento de capacidades locales y la incorporación de herramientas digitales para mejorar la competitividad territorial. TurisVista se alinea directamente con estos objetivos al proponer una estrategia de innovación digital para el turismo comunitario rural.

En materia de ciencia, tecnología e innovación, el CONPES 4069 (Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2022–2031) impulsa el uso de tecnologías emergentes, la economía digital y el conocimiento local como motores de transformación productiva y social. Asimismo, la Ley 1834 de 2017 (Ley Naranja) promueve el desarrollo de industrias creativas y culturales, incentivando la generación de contenidos culturales y digitales desde los territorios. TurisVista se inscribe en este marco al integrar narrativas comunitarias, contenidos culturales y herramientas tecnológicas accesibles.

Desde la perspectiva del desarrollo sostenible, el proyecto se articula con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, particularmente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 8 (trabajo decente y crecimiento económico), 10 (reducción de desigualdades), 11 (ciudades y comunidades sostenibles) y 12 (producción y consumo responsables). La propuesta contribuye al fortalecimiento del turismo como motor de desarrollo inclusivo y respetuoso con el patrimonio natural y cultural.



A nivel internacional, se consideran los lineamientos de la Organización Mundial del Turismo, que promueven la digitalización como estrategia de resiliencia, inclusión y sostenibilidad del sector turístico en el escenario postpandemia. Iniciativas como Best Tourism Villages reconocen el potencial de los territorios rurales para liderar modelos de turismo sostenible apoyados en innovación y participación comunitaria. TurisVista recoge estas orientaciones al incorporar herramientas digitales de bajo costo, procesos de co-creación local y estrategias de visibilización territorial.

Enmarcados en lo anterior, el proyecto se encuentra jurídicamente respaldado por un marco normativo que promueve el turismo sostenible, la innovación tecnológica y el desarrollo territorial inclusivo. Esta alineación fortalece la pertinencia institucional de la investigación y respalda la viabilidad de TurisVista como estrategia coherente con las políticas públicas nacionales e internacionales en materia de turismo comunitario y transformación digital.

METODOLOGÍA

La presente investigación adopta un **enfoque metodológico mixto**, el diseño corresponde a un estudio aplicado de tipo descriptivo–explicativo con enfoque de factibilidad, entendido como un proceso que integra la recolección, análisis e interpretación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio para responder de manera integral al problema de investigación (Hernández-Sampieri et al., 2014; Creswell & Plano Clark, 2017). Este enfoque resulta pertinente dado que el proyecto TurisVista requiere, por un lado, comprender las narrativas culturales, dinámicas sociales y percepciones comunitarias del municipio de Pijao (dimensión cualitativa) y, por otro, medir de forma objetiva la viabilidad técnica y de mercado de la estrategia digital propuesta (dimensión cuantitativa).

No obstante, más allá de su carácter mixto, la investigación se fundamenta epistemológicamente en la **Investigación Acción Participativa (IAP)** desde el enfoque de Orlando Fals Borda, quien plantea que el conocimiento científico debe construirse de manera dialógica con las comunidades, reconociendo sus saberes, experiencias y capacidades transformadoras (Fals Borda, 2015). En coherencia con este paradigma, el estudio no concibe a la comunidad de Pijao como objeto de análisis, sino como **sujeto activo en la construcción, validación y apropiación de la estrategia TurisVista**.

Desde esta perspectiva, la investigación integra tres principios centrales de la IAP:

1. **Participación activa de la comunidad** en el diagnóstico de problemáticas y en el diseño de soluciones.
2. **Co-creación de conocimiento**, articulando saber académico y saber local.
3. **Orientación transformadora**, donde el resultado no es únicamente analítico, sino aplicado al fortalecimiento territorial.

En consecuencia, TurisVista no se plantea como una imposición tecnológica externa, sino como una construcción colectiva orientada a la visibilización del territorio y al empoderamiento comunitario.

Instrumento cuantitativo: Modelo de encuesta

En el componente cuantitativo se diseñó y aplicó el instrumento titulado:

“MODELO DE ENCUESTA – Proyecto de Investigación: Innovación Digital para el Turismo Comunitario (Caso Pijao – Quindío, Colombia)”

La encuesta estuvo compuesta por **doce (12) preguntas estructuradas**, orientadas a medir:

- Nivel de conocimiento e interés en destinos rurales emergentes.
- Uso de herramientas digitales para la planificación de viajes.
- Disposición a utilizar plataformas con mapas interactivos y georreferenciación.
- Valoración de experiencias culturales y comunitarias.
- Percepción sobre tecnologías como realidad aumentada y herramientas inmersivas.
- Intención de uso y aceptación potencial de la plataforma TurisVista.

El instrumento permitió obtener datos cuantificables sobre aceptación de mercado, comportamiento digital del turista y brechas de visibilidad territorial. Su diseño respondió a criterios de claridad, pertinencia y coherencia con los objetivos del estudio, garantizando consistencia interna entre el diagnóstico y la solución propuesta (Hernández-Sampieri et al., 2014).

La información recolectada fue analizada mediante técnicas de estadística descriptiva, lo que permitió identificar tendencias, niveles de aceptación y condiciones de viabilidad económica y de mercado. (Ver Anexo Modelo de Encuesta)

Criterios de éxito y validación

La investigación estableció cuatro criterios de validación:



- **Consistencia interna:** coherencia entre el diagnóstico territorial y el diseño de la estrategia digital.
- **Triangulación metodológica:** convergencia entre datos cuantitativos (encuesta) y cualitativos (entrevistas, observación, co-creación comunitaria), fortaleciendo la validez científica (Creswell & Plano Clark, 2017).
- **Factibilidad de implementación:** adaptabilidad del modelo a las capacidades reales del municipio, sin dependencia de recursos externos inalcanzables (Vázquez-Barquero, 2009).
- **Apropiación social del conocimiento:** reconocimiento comunitario de la plataforma como herramienta propia, en coherencia con la IAP de Fals Borda.

Procedimiento metodológico

El estudio se desarrolló en cuatro fases secuenciales:

Fase 1. Diagnóstico territorial participativo

Se realizó una caracterización social, cultural y turística de Pijao mediante entrevistas semiestructuradas, revisión documental y observación participativa. Esta fase se desarrolló bajo principios de la Investigación Acción Participativa, promoviendo espacios de diálogo con actores locales (gestores comunitarios, emprendedores y líderes sociales). El objetivo fue identificar brechas de visibilidad digital y oportunidades de innovación desde la perspectiva comunitaria.

Fase 2. Diseño participativo de la estrategia TurisVista

A partir del diagnóstico, se diseñó la estrategia de innovación digital bajo un enfoque de co-creación. Se incorporaron aportes comunitarios en la definición de funcionalidades, narrativas, rutas y contenidos digitales. El diseño priorizó tecnologías accesibles y de bajo costo, asegurando pertinencia territorial y sostenibilidad técnica.

Fase 3. Evaluación de factibilidad integral

Se evaluó la viabilidad de la estrategia desde cuatro dimensiones:

- Técnica (conectividad y adaptabilidad tecnológica).
- Económica (costos y sostenibilidad financiera).
- De mercado (aceptación y demanda potencial, medida mediante la encuesta de 12 preguntas).
- Social y cultural (nivel de apropiación comunitaria).

Se utilizaron matrices de evaluación, análisis comparativo y triangulación de datos.

Fase 4. Validación y análisis integral

Se realizó un análisis cruzado entre diagnóstico, diseño y resultados de factibilidad. La retroalimentación comunitaria permitió validar la pertinencia territorial de la propuesta, asegurando coherencia con los principios participativos y sostenibles del proyecto.

Consideraciones éticas

La investigación se desarrolló bajo principios de consentimiento informado, confidencialidad y respeto por los saberes locales. En coherencia con el enfoque de Orlando Fals Borda, se reconoció la propiedad colectiva del conocimiento comunitario y se evitó cualquier forma de extracción o uso indebido de información. (Ver anexo guía de consentimiento informado)

La estrategia TurisVista se concibe como una herramienta de empoderamiento y no como un mecanismo de explotación turística, alineándose con los principios del turismo sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

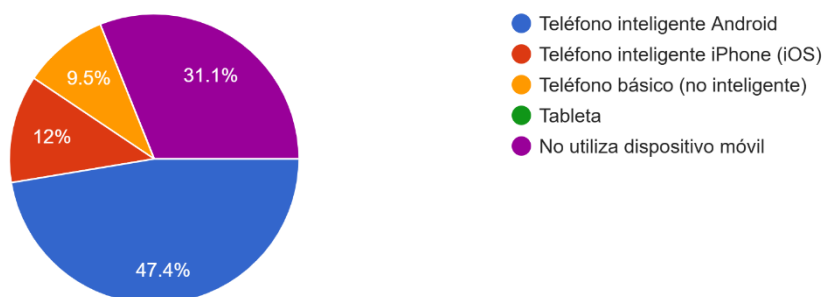
Bajo esta mirada, la metodología combina el rigor del enfoque mixto con la profundidad transformadora de la Investigación Acción Participativa, garantizando que la innovación digital propuesta no solo sea viable técnica y económicamente, sino también legítima, apropiada y socialmente reconocida por la comunidad de Pijao.

RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a partir de la aplicación del instrumento de encuesta diseñado para el proyecto, orientado a analizar las percepciones, comportamientos y nivel de aceptación de los potenciales usuarios frente a la propuesta de innovación digital TurisVista. El análisis de la información se realizó mediante técnicas de estadística descriptiva, lo que permitió identificar tendencias relevantes en relación con el uso de herramientas digitales, el interés por el turismo rural comunitario y la disposición a interactuar con plataformas basadas en georreferenciación y narrativas territoriales. Estos resultados constituyen un insumo fundamental para la evaluación de la factibilidad de la estrategia, al evidenciar tanto las oportunidades como las brechas existentes en términos de visibilidad digital, apropiación tecnológica y comportamiento del mercado objetivo.

Pregunta 1. Tipo de dispositivo móvil que utiliza con mayor frecuencia

325 responses



Interpretación de resultados – Pregunta 1

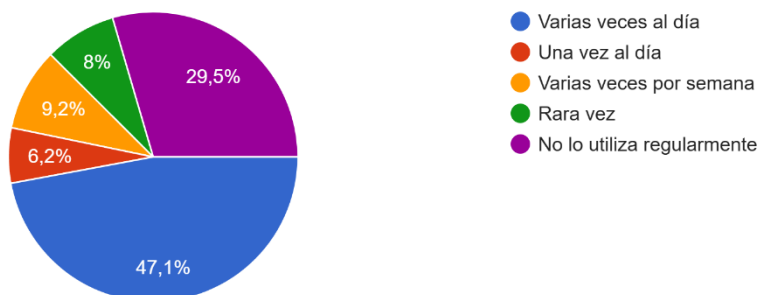
En relación con la pregunta “Tipo de dispositivo móvil que utiliza con mayor frecuencia”, los resultados evidencian que el 47,4% de los encuestados utiliza teléfonos inteligentes con sistema operativo Android, seguido por un 12% que emplea dispositivos iPhone (iOS). Por su parte, un 9,5% reporta el uso de teléfonos básicos no inteligentes, mientras que un significativo 31,1% manifiesta no utilizar ningún tipo de dispositivo móvil.

Desde una perspectiva metodológica, estos resultados aportan información clave para la evaluación de la factibilidad técnica de la estrategia propuesta, en la medida en que permiten caracterizar el nivel de acceso tecnológico del territorio. La predominancia de dispositivos Android sugiere la necesidad de diseñar soluciones digitales compatibles con este sistema operativo, priorizando herramientas accesibles y de bajo consumo de recursos. No obstante, el alto porcentaje de población sin acceso a dispositivos móviles o con dispositivos limitados evidencia una brecha digital significativa, lo que refuerza la pertinencia de incorporar funcionalidades offline y estrategias inclusivas dentro del diseño de la plataforma TurisVista.

En este sentido, los hallazgos se alinean con el enfoque de innovación digital inclusiva planteado en el marco teórico, así como con los principios de la Investigación Acción Participativa, al evidenciar la importancia de adaptar la solución tecnológica a las condiciones reales del contexto y garantizar su apropiación por parte de la comunidad. De esta manera, la información obtenida no solo permite validar criterios de factibilidad técnica, sino también orientar decisiones de diseño centradas en la accesibilidad y sostenibilidad de la propuesta.

Pregunta 2. Frecuencia de uso de su dispositivo móvil

325 respuestas



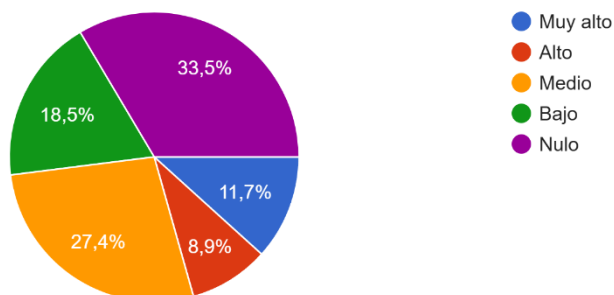
Interpretación de resultados – Pregunta 2

En cuanto a la “Frecuencia de uso de su dispositivo móvil”, los datos revelan que el 47,1% de los participantes interactúa con su dispositivo varias veces al día, lo que indica un hábito de consumo digital consolidado en casi la mitad de la muestra. No obstante, resalta que un 29,5% manifiesta no utilizarlo regularmente, cifra que guarda una estrecha correlación con el porcentaje de personas que en la pregunta anterior afirmaron no poseer un dispositivo inteligente.

Desde el análisis de factibilidad, esta alta frecuencia de uso en el grupo mayoritario representa una oportunidad de mercado para TurisVista, ya que garantiza un flujo constante de interacciones potenciales con la plataforma. Sin embargo, el segmento que no lo utiliza con regularidad reafirma la necesidad de que la estrategia de innovación no sea exclusivamente digital, sino que se complemente con puntos de información físicos o mediadores comunitarios. Este hallazgo es coherente con el marco teórico sobre digitalización inclusiva, la cual advierte que la tecnología debe adaptarse a los ritmos de vida locales para evitar profundizar la exclusión en territorios rurales.

Pregunta 3. Nivel de conocimiento sobre turismo ecológico y rural

325 respuestas



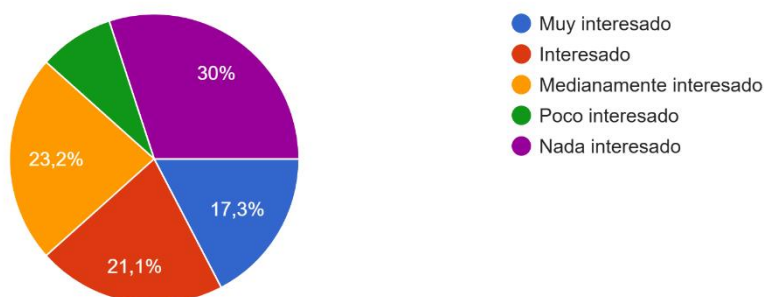
Interpretación de resultados – Pregunta 3

Respecto al “Nivel de conocimiento sobre turismo ecológico y rural”, se observa una distribución heterogénea: mientras que un 27,4% posee un nivel medio y un 11,7% un nivel muy alto, existe un notable 33,5% de los encuestados que declara un conocimiento nulo sobre el tema.

Estos resultados evidencian una brecha cognitiva significativa en el territorio, lo que otorga una importancia crítica al componente de storytelling y narrativas territoriales propuesto en los objetivos de la investigación. La plataforma TurisVista no solo debe funcionar como un catálogo de servicios, sino como una herramienta educativa y de sensibilización que traduzca el valor del patrimonio local para ese tercio de la población que aún no reconoce el potencial del turismo rural comunitario. Metodológicamente, esto valida el enfoque de la Investigación Acción Participativa (IAP), pues subraya que la construcción de la estrategia debe partir de un diálogo de saberes que eleve la apropiación social del concepto de turismo sostenible en Pijao.

Pregunta 4. Grado de interés en actividades de turismo comunitario rural

323 respuestas



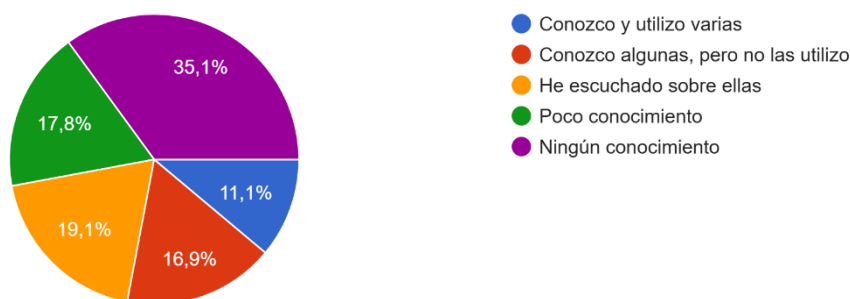
Interpretación de resultados – Pregunta 4

En relación con el “Grado de interés en actividades de turismo comunitario rural”, los resultados muestran una opinión dividida: un 38,4% de los encuestados manifiesta estar entre "Muy interesado" (17,3%) e "Interesado" (21,1%), mientras que un considerable 30% afirma no tener ningún interés en estas actividades. El 23,2% restante se ubica en un nivel de interés mediano.

Desde la perspectiva de la factibilidad de mercado, el hecho de que casi el 40% de la muestra presente un interés positivo constituye una base de usuarios potenciales crítica para el lanzamiento de TurisVista. No obstante, el alto porcentaje de desinterés sugiere que existen barreras de percepción o falta de incentivos claros hacia el modelo comunitario. Esto refuerza la necesidad planteada en el marco teórico de integrar innovación social, donde la plataforma no solo sea un medio transaccional, sino un vehículo para redescubrir el valor de los "pueblos ocultos", transformando el desinterés en una oportunidad de sensibilización territorial.

Pregunta 5. Conocimiento sobre la existencia de aplicaciones (Apps) turísticas

325 respuestas



Interpretación de resultados – Pregunta 5

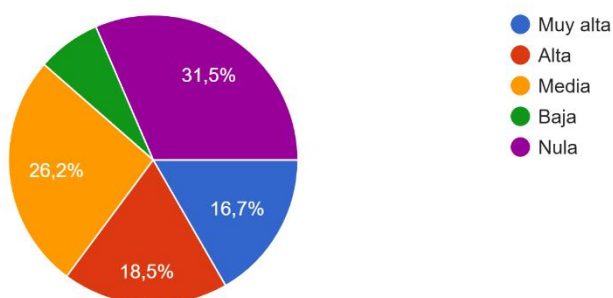
Sobre el “Conocimiento sobre la existencia de aplicaciones (Apps) turísticas”, se observa una brecha de alfabetización digital notable: el 35,1% de los participantes manifiesta tener un conocimiento nulo, y un 17,8% reporta un conocimiento bajo. En contraste, solo un 11,1% afirma conocer y utilizar varias aplicaciones de este tipo.

Estos hallazgos aportan datos fundamentales para la factibilidad técnica y de diseño de la estrategia. La baja adopción de aplicaciones turísticas preexistentes indica que TurisVista no debe replicar estructuras complejas de plataformas globales, sino que debe apostar por una interfaz simplificada, intuitiva y de

bajo costo de aprendizaje. En este sentido, los resultados validan la pertinencia de utilizar herramientas como Google Maps o entornos colaborativos sencillos mencionados en el marco teórico, garantizando que la tecnología sea un puente y no una barrera para la inclusión y apropiación tecnológica de la comunidad de Pijao.

Pregunta 6. Experiencia en el uso de aplicaciones móviles

324 respuestas



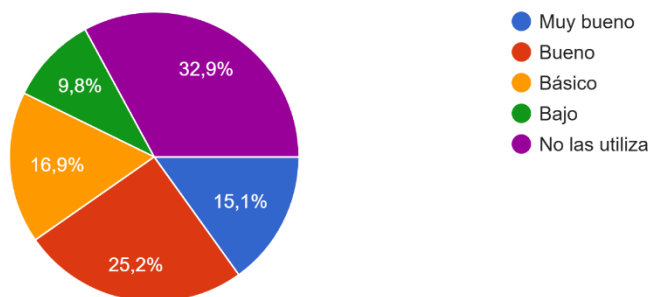
Interpretación de resultados – Pregunta 6

Al indagar sobre la “Experiencia en el uso de aplicaciones móviles”, se observa que el 31,5% de los encuestados reporta una experiencia nula, lo que representa el grupo más numeroso. Por otro lado, un 26,2% posee una experiencia media y un 35,2% se distribuye entre los niveles "Alta" (18,5%) y "Muy alta" (16,7%).

Desde el punto de vista metodológico, esta distribución bimodal confirma la coexistencia de dos perfiles de usuarios claramente diferenciados en el territorio. Para la factibilidad técnica, esto implica que TurisVista debe ser diseñada bajo principios de diseño universal y minimalista, minimizando la carga cognitiva para ese tercio de la población con experiencia nula. Estos hallazgos son consistentes con la fase de diseño participativo de la Investigación Acción Participativa (IAP), sugiriendo que la herramienta debe ser lo suficientemente intuitiva como para que los saberes locales no se vean limitados por barreras tecnológicas operativas.

Pregunta 7. Nivel de manejo de herramientas de mapas digitales (ej. Google Maps)

325 respuestas



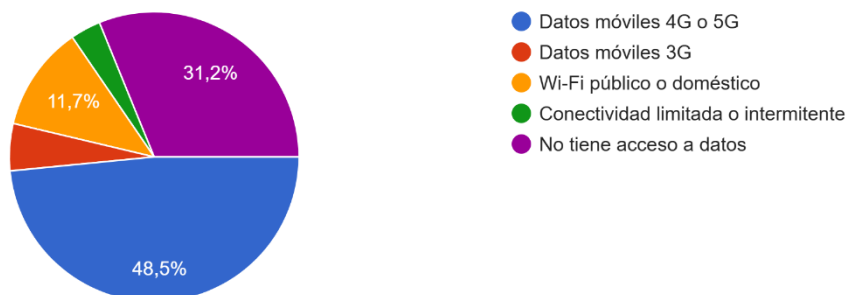
Interpretación de resultados – Pregunta 7

En cuanto al “Nivel de manejo de herramientas de mapas digitales (ej. Google Maps)”, los resultados muestran que el 32,9% de los participantes no utiliza este tipo de herramientas, mientras que un 40,3% manifiesta tener un manejo entre "Bueno" (25,2%) y "Muy bueno" (15,1%). El resto se sitúa en niveles básico o bajo.

Este dato es determinante para el prototipo de la plataforma basado en mapas interactivos y georreferenciación planteado en los objetivos específicos. El hecho de que el manejo "Bueno" supere a la experiencia general en Apps (vista en la pregunta anterior) sugiere que los mapas digitales son herramientas con mayor recordación o utilidad percibida en la zona. Sin embargo, la persistencia de un tercio de la población que no las utiliza refuerza la estrategia del marco teórico sobre el uso de tecnologías sostenibles de bajo costo y fácil apropiación. Para garantizar la viabilidad social, TurisVista debe incorporar elementos visuales simples y representaciones gráficas del territorio que faciliten la navegación a usuarios no familiarizados con la cartografía digital convencional.

Pregunta 8. Tipo de conectividad a datos móviles que utiliza con mayor frecuencia

324 respuestas



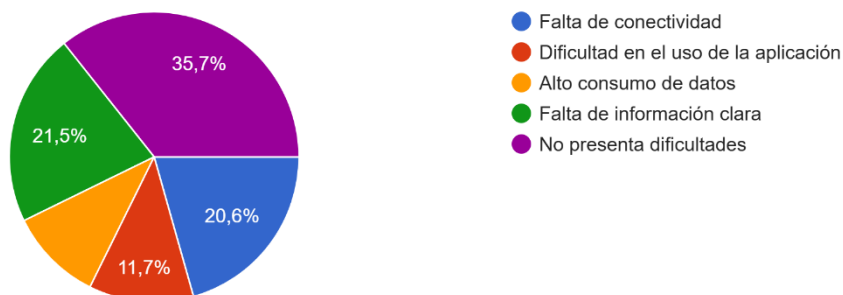
Interpretación de resultados – Pregunta 8

En lo referente al “Tipo de conectividad a datos móviles que utiliza con mayor frecuencia”, los resultados indican que el 48,5% de los encuestados accede a internet a través de redes 4G o 5G, seguido de un 11,7% que depende de redes Wi-Fi públicas o domésticas. No obstante, resalta que un significativo 31,2% de la muestra manifiesta no tener acceso a datos móviles.

Desde la dimensión de la factibilidad técnica, estos hallazgos son determinantes para el desarrollo de TurisVista. Si bien casi la mitad de la población cuenta con conectividad de alta velocidad, la existencia de más de un tercio de usuarios sin acceso a datos refuerza la necesidad estratégica de diseñar una plataforma "ligera" con funcionalidades offline. Esta decisión de diseño, sustentada en el marco teórico sobre tecnologías emergentes y sostenibles de bajo costo, garantiza que la visibilidad del destino no se vea limitada por las barreras de infraestructura del entorno rural.

Pregunta 9. Principales dificultades al usar aplicaciones digitales

325 respuestas



Interpretación de resultados – Pregunta 9

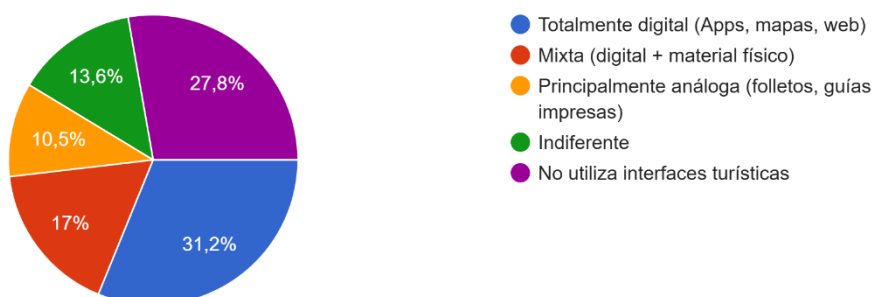


Sobre las “Principales dificultades al usar aplicaciones digitales”, se observa una distribución de barreras percibidas muy clara: la falta de información clara (21,5%) y la falta de conectividad (20,6%) aparecen como los obstáculos más críticos, seguidos por la dificultad en el uso de la aplicación (11,7%) y el alto consumo de datos. Por otro lado, un 35,7% afirma no presentar dificultades.

Metodológicamente, estos datos aportan insumos clave para los criterios de éxito y validación de la estrategia. La prevalencia de la "falta de información clara" como principal dificultad subraya que el éxito de TurisVista no depende únicamente de la herramienta técnica, sino de la calidad de los contenidos y el storytelling territorial. En coherencia con la Investigación Acción Participativa (IAP), el diseño debe priorizar una interfaz intuitiva que resuelva el vacío de información, articulando el saber local con una presentación digital organizada que facilite la experiencia del usuario y mitigue las barreras tecnológicas identificadas.

Pregunta 10. Preferencia en el tipo de interfaz para información turística

324 respuestas



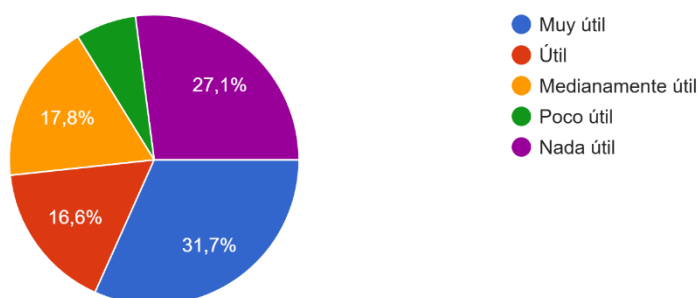
Interpretación de resultados – Pregunta 10

Respecto a la “Preferencia en el tipo de interfaz para información turística”, los resultados indican que el 31,2% de los encuestados prefiere una interfaz totalmente digital, mientras que un 17% opta por una modalidad mixta (digital y material físico). Por otro lado, un 27,8% manifiesta no utilizar interfaces turísticas y un 10,5% prefiere medios principalmente análogos.

Desde la perspectiva de la factibilidad de mercado, estos hallazgos validan la pertinencia de TurisVista como una herramienta digital, pero sugieren que la estrategia de comunicación debe ser integral. La preferencia por interfaces mixtas y análogas en un sector de la población refuerza lo planteado en el marco teórico sobre la digitalización inclusiva, donde la tecnología no debe desplazar los medios

tradicionales, sino complementarlos para garantizar el acceso a la información de todos los perfiles de turistas. Esto implica que el diseño participativo de la plataforma debe considerar la generación de recursos que puedan ser traducibles a formatos físicos (como mapas imprimibles o códigos QR en puntos clave) para fortalecer la visibilidad territorial.

Pregunta 11. Valoración de una plataforma digital que conecte turistas con comunidades locales
325 respuestas



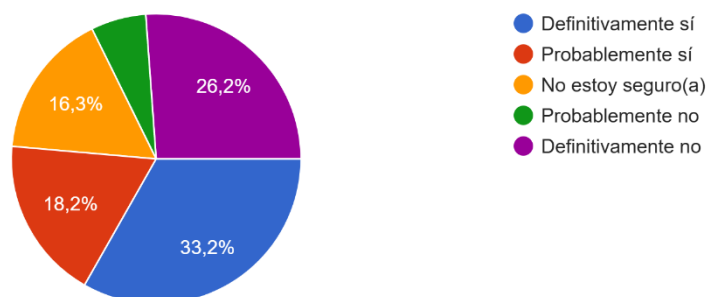
Interpretación de resultados – Pregunta 11

En cuanto a la “Valoración de una plataforma digital que conecte turistas con comunidades locales”, se observa una recepción positiva: el 48,3% de los participantes la considera entre "Muy útil" (31,7%) y "Útil" (16,6%). No obstante, un 27,1% la percibe como nada útil.

Este dato es fundamental para validar la intención de uso y aceptación potencial de la propuesta. Que casi la mitad de la muestra valore positivamente la conexión directa entre el turista y la comunidad local confirma la relevancia del enfoque de turismo comunitario y regenerativo. Metodológicamente, estos resultados alinean la solución técnica con las necesidades del mercado, demostrando que existe una demanda clara por herramientas que faciliten la autenticidad y el storytelling territorial. Para el grupo que no percibe utilidad, la investigación debe enfocarse en demostrar, a través de la fase de validación, cómo la innovación social puede generar beneficios tangibles tanto para el visitante como para los emprendimientos rurales de Pijao.

Pregunta 12. Disposición a utilizar una App turística enfocada en destinos rurales comunitarios

325 respuestas



Interpretación de resultados – Pregunta 12

Finalmente, al indagar sobre la “Disposición a utilizar una App turística enfocada en destinos rurales comunitarios”, los resultados son altamente favorables para la propuesta: el 51,4% de los encuestados manifiesta una intención de uso positiva, distribuida entre un 33,2% que afirma que "Definitivamente sí" la usaría y un 18,2% que opta por el "Probablemente sí". Por otro lado, un 26,2% expresa un "Definitivamente no" y un 16,3% se muestra inseguro.

Desde la perspectiva de la factibilidad de mercado, que más de la mitad de la muestra muestre una disposición clara hacia la herramienta valida la viabilidad y pertinencia de TurisVista como solución tecnológica para el municipio de Pijao. Este alto nivel de aceptación potencial sugiere que, a pesar de las brechas digitales y de conocimiento identificadas en preguntas previas, existe un mercado latente que valora la innovación aplicada al turismo comunitario.

En coherencia con el modelo conceptual de la investigación, estos hallazgos consolidan la relación entre la variable de innovación digital y el desarrollo territorial sostenible, demostrando que una plataforma bien orientada puede servir como puente efectivo entre la oferta local y la demanda de nuevos viajeros. En última instancia, esta disposición positiva de la comunidad y de los usuarios potenciales respalda la transición hacia las fases de validación y escalamiento, asegurando que el proyecto cuente con la legitimidad social y la base de usuarios necesaria para su sostenibilidad en el tiempo.

Conclusión del Análisis de Resultados

El análisis integral de los resultados obtenidos mediante el instrumento de encuesta permite validar la factibilidad multidimensional de la estrategia TurisVista en el municipio de Pijao. Los hallazgos revelan

una oportunidad de mercado significativa, sustentada en que más del 51% de los participantes manifiesta una disposición positiva hacia el uso de una plataforma digital enfocada en destinos rurales comunitarios. Esta aceptación potencial constituye la base para el fortalecimiento de la visibilidad territorial y la democratización del acceso al mercado turístico local.

No obstante, los datos también evidencian una brecha digital y cognitiva crítica que debe ser atendida desde el diseño de la propuesta. La coexistencia de un alto uso de dispositivos Android (47,4%) con un segmento considerable de la población sin acceso a datos móviles (31,2%) o con experiencia nula en aplicaciones (31,5%), ratifica la pertinencia del enfoque de innovación digital inclusiva planteado en el marco teórico. Por lo tanto, la viabilidad técnica de TurisVista depende de su capacidad para operar bajo funcionalidades offline, interfaces simplificadas y herramientas de bajo costo de aprendizaje.

Asimismo, el desconocimiento identificado sobre el turismo ecológico y las aplicaciones turísticas resalta que la plataforma no puede ser únicamente un catálogo de servicios, sino un vehículo de empoderamiento comunitario y educación territorial. En coherencia con la Investigación Acción Participativa (IAP), se concluye que la legitimidad social del proyecto reside en su capacidad para integrar el saber local con herramientas tecnológicas que resuelvan la falta de información clara, transformando la innovación digital en un motor real de desarrollo territorial sostenible y resiliencia para la comunidad de Pijao.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos permiten evidenciar que la innovación digital aplicada al turismo comunitario rural constituye una estrategia viable para fortalecer la visibilidad territorial y dinamizar procesos de desarrollo local en contextos rurales como el municipio de Pijao, Quindío. En coherencia con el marco teórico planteado, los hallazgos confirman que las principales limitaciones de los denominados “pueblos ocultos” no se relacionan únicamente con la ausencia de atractivos turísticos, sino con las brechas de acceso a mecanismos de promoción, georreferenciación y apropiación tecnológica (Gascón & Milano, 2017; Ruiz-Ballesteros, 2014). En este sentido, los resultados del estudio validan la pertinencia de TurisVista como una herramienta orientada a reducir dichas barreras mediante una estrategia digital participativa y contextualizada.

Desde la perspectiva del turismo sostenible y regenerativo, los datos obtenidos muestran que existe una valoración positiva hacia las experiencias auténticas y las dinámicas de turismo comunitario, especialmente cuando estas se articulan con narrativas culturales y procesos de interacción directa con las comunidades locales. Este hallazgo coincide con los planteamientos de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2023) y de Dawson et al. (2020), quienes sostienen que el turismo contemporáneo tiende a privilegiar experiencias inmersivas, sostenibles y culturalmente significativas. En consecuencia, TurisVista no se limita a una función de intermediación tecnológica, sino que se proyecta como un mecanismo de fortalecimiento identitario y valorización territorial.

De igual manera, los resultados relacionados con el acceso y uso de dispositivos móviles evidencian una realidad dual en el territorio: mientras una parte significativa de la población presenta niveles frecuentes de interacción digital y dominio básico de herramientas tecnológicas, persisten segmentos importantes con baja conectividad, limitada alfabetización digital y escasa experiencia en el uso de aplicaciones móviles. Esta situación confirma los planteamientos de Gutiérrez y García (2022), quienes advierten que las estrategias de transformación digital en contextos rurales deben diseñarse bajo criterios de accesibilidad, simplicidad y sostenibilidad tecnológica. En este sentido, la necesidad identificada de incorporar funcionalidades offline, interfaces intuitivas y recursos de bajo consumo de datos fortalece la viabilidad técnica del modelo propuesto y reafirma la pertinencia del enfoque de digitalización inclusiva desarrollado en el marco teórico.

Asimismo, la investigación demuestra que la apropiación social de la tecnología constituye un factor determinante para la sostenibilidad de iniciativas de innovación territorial. Los resultados obtenidos reflejan que la aceptación de la plataforma aumenta cuando esta es percibida como una herramienta útil para conectar visitantes con comunidades locales y fortalecer el emprendimiento comunitario. Este comportamiento se relaciona directamente con los principios de la innovación social y de la Investigación Acción Participativa propuestos por Orlando Fals Borda, particularmente en lo referente a la construcción colectiva del conocimiento y al reconocimiento de las comunidades como actores centrales en los procesos de transformación territorial. Bajo esta perspectiva, la legitimidad de TurisVista no depende únicamente de su funcionalidad técnica, sino de su capacidad para representar las narrativas, necesidades y aspiraciones del territorio.

Por otra parte, los hallazgos permiten establecer una relación directa entre innovación digital y desarrollo territorial sostenible. La disposición positiva de los encuestados hacia el uso de una aplicación orientada al turismo rural comunitario evidencia la existencia de una demanda potencial interesada en nuevas formas de interacción turística basadas en sostenibilidad, autenticidad y conexión cultural. Estos resultados coinciden con investigaciones recientes sobre turismo digital y plataformas colaborativas (Buhalis & Amaranggana, 2015), las cuales señalan que las tecnologías digitales pueden actuar como catalizadores de competitividad para destinos emergentes tradicionalmente excluidos de los grandes circuitos turísticos.

Desde el marco normativo, los resultados obtenidos respaldan la coherencia de la investigación con los lineamientos establecidos en la Ley 2068 de 2020 y el Plan Sectorial de Turismo 2022–2026 “Turismo en Armonía con la Vida”, los cuales promueven la descentralización turística, la innovación y el fortalecimiento de territorios comunitarios. De igual manera, la propuesta se alinea con los principios del CONPES 4069 sobre transformación digital e innovación territorial, así como con los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados con crecimiento económico inclusivo, reducción de desigualdades y fortalecimiento de comunidades sostenibles (ODS 8, 10 y 11). En consecuencia, TurisVista no solo representa una solución técnicamente viable, sino también una propuesta pertinente desde las políticas públicas de turismo y desarrollo territorial.

Finalmente, los resultados permiten afirmar que la integración entre innovación digital, participación comunitaria y sostenibilidad territorial constituye un modelo replicable para otros contextos rurales de Colombia y América Latina. Sin embargo, el estudio también evidencia desafíos importantes asociados a la conectividad rural, la alfabetización digital y la sostenibilidad financiera de las iniciativas tecnológicas comunitarias. En este sentido, futuras investigaciones podrían profundizar en modelos de gobernanza digital comunitaria, métricas de impacto territorial y estrategias de escalabilidad tecnológica para destinos rurales emergentes. De esta manera, la presente investigación contribuye al debate académico sobre turismo comunitario e innovación social, aportando evidencia empírica sobre el potencial de las plataformas digitales inclusivas como herramientas para la transformación territorial sostenible.

CONCLUSIONES

La presente investigación permitió responder de manera explícita la pregunta de investigación planteada, al evidenciar que una estrategia de innovación digital orientada al turismo comunitario rural puede contribuir significativamente a la visibilización de destinos turísticos emergentes, fortalecer la conexión entre visitantes y comunidades locales, y generar oportunidades de desarrollo territorial sostenible. Los resultados obtenidos demuestran que la integración de herramientas digitales accesibles, sistemas de georreferenciación y narrativas territoriales representa una alternativa viable para reducir las brechas de promoción y accesibilidad digital que afectan a los denominados “pueblos ocultos”, particularmente en contextos rurales con limitaciones estructurales de conectividad y posicionamiento turístico.

En coherencia con lo anterior, se logró cumplir el objetivo general de la investigación, orientado a formular y evaluar la viabilidad de una estrategia de innovación digital para el fortalecimiento del turismo comunitario rural en el municipio de Pijao, Quindío. El estudio permitió diagnosticar las principales brechas de visibilidad digital del territorio, diseñar conceptualmente la plataforma TurisVista y evaluar su factibilidad técnica, social, económica y de mercado mediante un enfoque metodológico mixto. Asimismo, la investigación validó la pertinencia de incorporar principios de innovación social, participación comunitaria y digitalización inclusiva como ejes articuladores de la propuesta.

Desde el punto de vista académico, el principal aporte de la investigación radica en la articulación entre innovación digital, turismo comunitario y desarrollo territorial sostenible desde un enfoque participativo. La investigación contribuye a la literatura científica al proponer un modelo conceptual que integra variables tecnológicas, sociales y territoriales en el análisis de plataformas digitales aplicadas al turismo rural comunitario. De igual manera, el estudio fortalece la discusión sobre innovación social y apropiación tecnológica en territorios rurales, incorporando los principios de la Investigación Acción Participativa desarrollados por Orlando Fals Borda como fundamento metodológico para la construcción colectiva de soluciones digitales contextualizadas.

En términos territoriales y sociales, el estudio aporta una estrategia orientada al fortalecimiento de la identidad cultural, el empoderamiento comunitario y la democratización del acceso al mercado turístico. TurisVista se plantea no solo como una plataforma tecnológica, sino como una herramienta de valorización territorial capaz de promover procesos de inclusión digital, participación comunitaria y



dinamización económica local. En este sentido, el proyecto se alinea con los lineamientos nacionales de turismo sostenible y transformación digital, así como con los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados con crecimiento económico inclusivo, reducción de desigualdades y fortalecimiento de comunidades sostenibles.

No obstante, la investigación presenta algunas limitaciones que deben ser consideradas. Entre ellas se destacan las restricciones asociadas al alcance territorial del estudio, centrado específicamente en el municipio de Pijao, así como las limitaciones derivadas de la conectividad rural, la disponibilidad tecnológica y el tamaño de la muestra analizada. Adicionalmente, el estudio se concentró en la validación conceptual y de factibilidad de la estrategia, sin llegar a desarrollar una implementación tecnológica funcional completa de la plataforma, lo que limita la posibilidad de medir impactos reales de uso a largo plazo.

Finalmente, se propone que futuras investigaciones profundicen en el desarrollo e implementación de plataformas digitales comunitarias en otros contextos rurales de Colombia y América Latina, incorporando análisis longitudinales sobre apropiación tecnológica, impacto económico y sostenibilidad territorial. Asimismo, se recomienda explorar la integración de tecnologías emergentes como inteligencia artificial, analítica de datos turísticos y experiencias inmersivas aplicadas al turismo comunitario, siempre desde enfoques éticos, participativos e inclusivos. De esta manera, la presente investigación abre nuevas posibilidades para el estudio de la innovación digital como herramienta de transformación territorial sostenible en comunidades rurales históricamente invisibilizadas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Buhalis, D., & Amaranggana, R. (2015). Smart tourism destinations: Enhancing tourism experience through ICTs. *International Journal of Tourism Research*, 17(6), 553–564.
<https://doi.org/10.1002/jtr.2017>
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe). (2005). Metodología de marco lógico. Naciones Unidas.
- Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business School Press.



- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2017). Designing and conducting mixed methods research (3.^a ed.). SAGE Publications.
- Congreso de la República de Colombia. (2017, 23 de mayo). Ley 1834 de 2017. Por medio de la cual se fomenta la economía creativa (Ley Naranja). Diario Oficial No. 50.242. <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/30030647>
- Congreso de la República de Colombia. (2020, 31 de diciembre). Ley 2068 de 2020. Por la cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial No. 51.544. <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/30040295>
- Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES). (2021). Documento CONPES 4069: Política Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2022-2031. Departamento Nacional de Planeación. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4069.pdf>
- DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística). (2020). Cuántos habitantes tenía Pijao, Quindío en 2020. Telencuestas.
- Dawson et al. (2020). Regenerative Tourism: An opportunity for destination transformation. *Journal of Sustainable Tourism*.
- El País. (2024). Satena lanza rutas a La Macarena.
- El Espectador. (2025). Destinos emergentes: la apuesta de ACOTUR para fortalecer el turismo sostenible.
- Fals Borda, O. (1987). Ciencia propia y colonialismo intelectual: Los nuevos rumbos (3.^a ed.). Carlos Valencia Editores.
- Fals Borda, O. (2015). Una sociología sentipensante para América Latina. Siglo XXI Editores.
- Fiscalía local/informe municipal: Departamento Administrativo de la Función Pública. (2020). Informe de Desempeño Municipal 2020 – Municipio de Pijao. Gobierno del Quindío.
- Fontur. (2021). Lineamientos para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia.
- Gascón, J., & Milano, C. (2017). El turismo en el mundo rural: ¿Ruina o consolidación de las sociedades campesinas e indígenas? *Revista de Estudios Rurales*, 7(1), 1–20.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Colombia. (2017). Global Entrepreneurship Monitor Colombia.

- Gobernación del Quindío. (2020). Gobernación del Quindío promueve el turismo responsable como alternativa de desarrollo económico para Pijao.
- Gutiérrez, A., & García, L. (2022). Tecnologías accesibles para el desarrollo comunitario. Editorial USTA.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6.^a ed.). McGraw-Hill.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). (2022). Plan Sectorial de Turismo 2022-2026: Turismo en armonía con la vida. <https://www.mincit.gov.co/participa/consulta-ciudadana/20-12-2022-plan-sectorial-de-turismo-vfpp.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). (2022). Plan Sectorial de Turismo 2022-2026: Turismo en armonía con la vida. [Ver Capítulo: Democratización y Turismo Regenerativo]. <https://www.mincit.gov.co/participa/consulta-ciudadana/20-12-2022-plan-sectorial-de-turismo-vfpp.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). (2024). Programa Destinos Mágicos.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT). (2025). El Gobierno le apuesta al turismo comunitario en los pueblos palafitos (ejemplo Nueva Venecia/Montes de María).
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC). (2023). Estrategia Nacional de Transformación Digital 2022–2030.
- Mora, J. A., & Bohórquez, L. M. (2021). El turismo rural comunitario: Una oportunidad en el posconflicto colombiano. *Revista Internacional de Turismo y Empresa*, 5(2), 45–62.
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., & Sanders, B. (2007). Social innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated. Young Foundation.
- Muñoz Aréyzaga, E. (2020). Participación ciudadana y patrimonio cultural en la planificación turística. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 10(1), 89–104.
- Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- Naciones Unidas. (2015). Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

- Observatorio del Quindío. (2021). Ficha Básica Municipal de Pijao 2021.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2020). Recomendaciones de la OMT sobre el turismo y el desarrollo rural: Guía para hacer del turismo una herramienta eficaz de desarrollo rural. UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284422173>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2022). Informe sobre tecnología e innovación en turismo sostenible.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2023). Informe sobre transformación digital del turismo. ONU Turismo.
- PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo). (2021). Innovación sostenible en territorios rurales de América Latina.
- Ruiz, M., & Hernández, C. (2021). Turismo sostenible e innovación tecnológica en territorios rurales. Universidad Nacional de Colombia.
- Ruiz-Ballesteros, E. (2014). Turismo y resiliencia socioecológica en comunidades rurales. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 12(1), 15–28.
- Tropicana FM. (2025). Puerto Colombia, destino turístico emergente.
- UNWTO (Organización Mundial del Turismo). (2023). Informe sobre transformación digital del turismo.
- Vázquez-Barquero, A. (2009). Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual. CEPAL.
- Bernal, C. A. (2016). Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales (4.^a ed.). Pearson Educación.
- Brown, T. (2008). Design Thinking. Harvard Business Review, 86(6), 84–92.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2017). Designing and conducting mixed methods research (3.^a ed.). SAGE Publications.
- Fals Borda, O. (2015). Una sociología sentipensante para América Latina. Siglo XXI Editores.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Malhotra, N. K. (2020). Marketing Research: An Applied Orientation (7.^a ed.). Pearson.



Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1987). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Paidós.

Vázquez-Barquero, A. (2009). Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual. CEPAL.

