



Revista Internacional de Investigación e Innovación Tecnológica

Página principal: www.riit.com.mx

Plataformas tecnológicas vistas como una innovación incremental para la gestión del agroturismo en Cuba

Technological platforms seen as an incremental innovation for agro-tourism management in Cuba

Megna-Alicio, A.^{a*}, Estevez-Torres, A.^a, Ramírez-Ferreiro, G.Y.^b, Pérez-Perdomo, M.^b, Parra-García, I.C.^b

^a Universidad Autónoma de Querétaro, Maestría en Gestión de la Tecnología. División de estudios de Postgrado; C.P. 76010, Ciudad de Santiago de Querétaro. México.

^b Universidad de Las Tunas, Departamento de Ingeniería Industrial; C.P. 75200, Ciudad de Las Tunas. Cuba.
alexeymegna@gmail.com*; ailenet94@gmail.com; gelncyrf@ult.edu.cu; maidelinpp@ult.edu.cu;
isabelparra180@gmail.com

Innovación tecnológica: Aplicación de las Plataformas tecnológicas turísticas.

Área de aplicación Industrial: Turismo y Agroturismo.

Recibido: 10 octubre 2023

Aceptado: 12 junio 2024

Abstract

Agrotourism has become an important global stakeholder in the development of the tourism sector; innovation and technologies are opportunities for the growth of this activity in small communities with an impact on local development. The agrotourism industry is obliged to create synergy with technology to protect and use historical-cultural and environmental resources to produce high quality tourism products. This research is developed within the framework of the Cuban sectoral research project "Design of the tourist destination of Las Tunas". The first activity of the project consisted only in incorporating technological platforms (TP) in agrotourism farms in Las Tunas, while the second activity, contained in this article, was intended, using a panel of experts, to evaluate the inclusion of the TP as an incremental innovation in the management and commercialization of agrotourism farms in Las Tunas, which is the objective of the article. A qualitative approach methodology was used, divided into two stages. In the first one, field work was carried out where 10 farms were selected in the central northern region, with more than 15 years of experience in agroecological activity, and five providing tourism services, the strategy used is action research, we proceeded to the review of scientific texts, books and theses in the research repositories of academic institutions. For

the second stage, the relevance or not of the inclusion of PTs as an incremental innovation in the management and marketing of agrotourism farms was evaluated by a panel of experts using the Delphi Method, divided into two phases: first the identification of the experts and in the second phase, the joint elaboration of the questionnaire. It was concluded that the inclusion of technological platforms (TP) as an incremental innovation is relevant and improves the management and commercialization of agritourism farms.

Key words: Agrotourism, Incremental innovation, Technology platforms.

Resumen

La actividad del agroturismo se ha transformado en un copartícipe global importante para el desarrollo del sector del turismo; la innovación y las tecnologías constituyen oportunidades para el crecimiento de esta actividad en comunidades pequeñas con impacto en el desarrollo local. La industria agroturística está obligada a crear sinergia con la tecnología, a fin de proteger y utilizar los recursos histórico-culturales y ambientales para producir productos turísticos de alta calidad. Esta investigación se desarrolla en el marco del proyecto cubano sectorial de investigación “Diseño del destino turístico de Las Tunas”. La primera actividad del proyecto consistió solo en incorporar las plataformas tecnológicas (PT) en las fincas agroturísticas en Las Tunas, mientras que, con la segunda actividad, contenida en este artículo, se pretendió, valiéndonos de un panel de expertos, evaluar la inclusión de las PT como innovación incremental en la gestión y comercialización de fincas agroturísticas en Las Tunas, lo que constituye el objetivo del artículo. Se empleó una metodología de enfoque cualitativo, dividido en dos etapas, en la primera se realizó el trabajo de campo donde se seleccionaron 10 fincas en la región centro norte, con más de 15 años de experiencia en la actividad agroecológica, y cinco prestando servicios turísticos, la estrategia que se utiliza es la investigación-acción, se procedió a la revisión de textos científicos, libros y tesis de grado en los repositorios de investigación de instituciones académicas. Para la segunda etapa, se sometió a evaluación con un panel de expertos mediante la aplicación del Método Delphi, la pertinencia o no de la inclusión de las PT como innovación incremental en la gestión y comercialización de las fincas agroturísticas, dividido en dos fases, primero la determinación de los expertos y en la segunda fase la elaboración conjunta del cuestionario. Se concluyó que la inclusión de las plataformas tecnológicas (PT) como innovación incremental es pertinente y eleva la gestión y comercialización de las fincas agroturísticas.

Palabras clave: Agroturismo, Innovación incremental, Plataformas tecnológicas.

1. Introducción

En el informe presentado en mayo de 2023 la Organización Mundial del Turismo (OMT), en su barómetro del primer semestre del año 2023, pronosticó que el turismo se recuperará en un 80% a nivel global después de la pandemia y las Américas crecerá un 85% (OMT, 2023), ese

incremento se manifestará en las modalidades turísticas, donde el agroturismo desempeña una actividad fundamental, lo anterior se justifica en las previsiones mundiales donde indica que desde el 2020 el turismo rural experimenta un crecimiento del seis por ciento (OMT, 2023).

Según un estudio desarrollado por la UNWTO publicado en mayo de 2023: Más de la mitad de los Estados Miembros (59%) consideran el turismo rural como una prioridad. Además, casi la totalidad de los Estados Miembros (96%) anticipan un futuro prometedor para el turismo rural en los próximos años (UNWTO, 2023).

En el primer trimestre de 2023, la región de Oriente Medio ha logrado un avance notable en el sector turístico, superando los niveles prepandémicos en un 15%. La región africana necesita un incremento del

12% para igualar la cifra alcanzada en 2019, mientras que en América se requiere un aumento del 15% para encontrarse en condiciones similares. En contraste, la región asiática y el Pacífico es la que presenta la menor recuperación hasta el momento, ya que necesita aumentar un 46% para equiparar los resultados obtenidos en 2019. Estas cifras revelan la diversidad de escenarios de recuperación en el ámbito del turismo a nivel mundial, reflejando tanto los desafíos como las oportunidades que cada región enfrenta en la reconstrucción de este importante sector económico (Ver Figura 1).

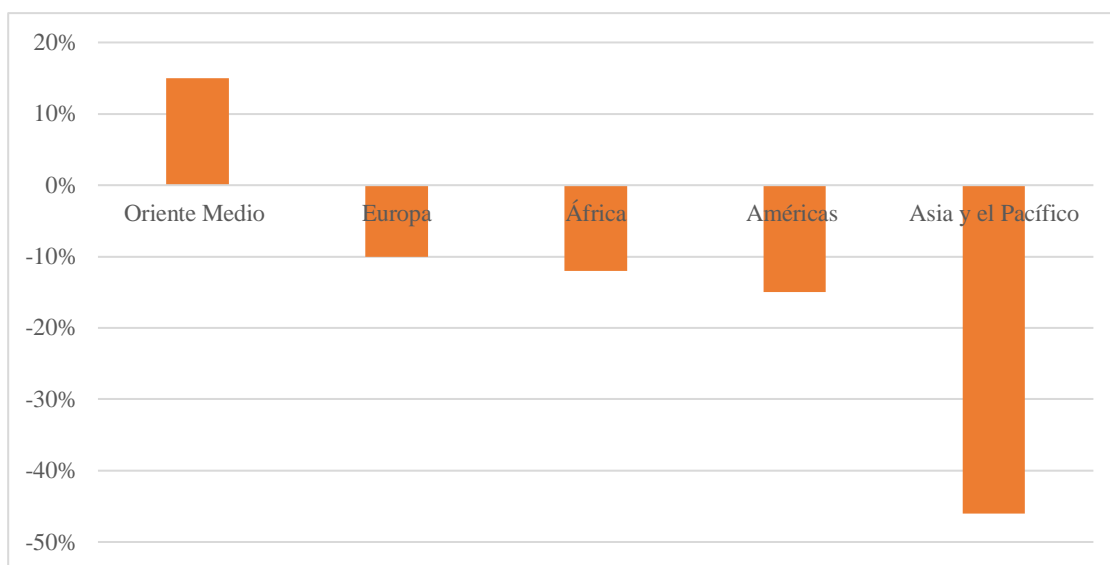


Figura 1. Recuperación del Turismo en el primer trimestre de 2023 con respecto a los niveles prepandémicos de 2019. Fuente: elaboración propia a partir de los datos de (OMT, 2023)

Agroturismo

La OMT reconoce que el turismo rural y una de sus variantes el agroturismo, se erigen como actividades importantes para oxigenar esta industria tan milenaria, la propia OMT entiende al turismo rural como:

Un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña

y la visita a lugares de interés (de los Santos, 2022, p. 5).

El agroturismo se refiere:

A las actividades que realizan los dueños de las fincas con fines complementarios a sus ingresos, como son los alojamientos con comidas incluidas y en ocasiones paquetes de recorridos a los lugares turísticos, todo dependiendo de las bondades que la naturaleza ofrezca en dichas fincas (Garaicoa, et al., p. 4775).

El agroturismo, es la actividad donde el turista se involucra en las operaciones agroecológicas de una finca, con ello se enriquece la experiencia al disfrutar y conocer esta dinámica, el agricultor les proporciona una gran variedad de actividades y servicios que complementan dicha experiencia y los ingresos de la finca (Pachucki, Grosh & Shcoll, 2022).

Según Roig, 2014, Palazuelos considera que el agroturismo es “la práctica de aprender sobre variantes tradicionales de cultivos, cosechas y procesamiento de productos agropecuarios, forestales y pesqueros, además de combinarlos con las artesanías y culturas locales” (Roig, 2014, p. 153).

Lo anterior permite comprender que el agroturismo, es una simbiosis bilateralmente provechosa entre la agricultura y el turismo, proporciona a los viajeros experiencias únicas en entornos rurales, permitiéndoles conectarse con la tierra, aprender sobre prácticas agrícolas sostenibles y participar en la vida cotidiana del campo. Las PT se han convertido en instrumentos esenciales para la gestión, promoción y comercialización del agroturismo (Megna et al., 2024), transformando de manera significativa la estructura organizacional de estas fincas.

Con el desarrollo progresivo de las tecnologías de la información y las comunicaciones en una sociedad presuntamente llamada del conocimiento, la innovación vino a contribuir al empoderamiento del turismo, en el caso particular de las plataformas tecnológicas, estas le añaden valor a la experiencia turística, desde la promoción y búsqueda de información, la localización de la finca, la comercialización, el desarrollo de las actividades *in situ* y las reseñas postvisita.

“De cara a los nuevos tiempos, las empresas del sector turístico, incluyendo aquellas que prestan servicios de hospedaje, se verán en

la necesidad de ofertar un mayor número de productos personalizados valiéndose de las tecnologías del presente. En tal caso, ya es una realidad el uso intensivo de aplicaciones como Trivago, Despegar, Expedia y muchos otros. Todos en común ofrecen ventajas incalculables a la hora de planificar un viaje” (Villacreses, 2020, p. 115).

El agroturismo es un fenómeno que merece atención y estudio debido a sus múltiples implicaciones, tanto positivas como negativas. Este tipo de turismo tiene un impacto significativo en varios aspectos, incluyendo el medio ambiente, el desarrollo sostenible, la promoción de la cultura local, la accesibilidad a las zonas rurales y la gestión económica.

En primer lugar, el agroturismo puede tener impactos ambientales. Por un lado, en relación con la gestión ambiental puede fomentar la sostenibilidad al conservar la biodiversidad y los recursos naturales, pero su manejo deficiente puede resultar en contaminación y agotamiento de recursos.

Además, el agroturismo contribuye al desarrollo económico al crear empleos en la producción, comercialización y asesoramiento en áreas rurales. También promueve la educación ambiental y la conexión con la naturaleza, lo que enriquece la experiencia de los visitantes.

El agroturismo es una actividad que fusiona las tradiciones locales con la educación agropecuaria sostenible y los servicios turísticos propios de cada lugar. Esto permite la creación de ofertas turísticas que se integran con el entorno geográfico, ecológico y cultural de la región, promoviendo el desarrollo socio-económico y el resguardo de la identidad rural.

Para ser consecuente con el crecimiento del agroturismo en esta etapa postpandemia se hace necesario incrementar valores a los

servicios turísticos en el contexto rural; la inclusión de las PT para su gestión y comercialización constituyen una interesante oportunidad para el desarrollo de este sector.

La propia encuesta realizada a los estados miembros de la OMT (2023) plantea tres retos y consideramos oportuno referenciar dos:

“(1) el déficit de infraestructuras en las zonas rurales, ya que las deficiencias en carreteras, puertos, aeropuertos y otras infraestructuras que permiten el acceso a las zonas rurales, todavía plantean un reto para los países encuestados; (2) la falta de educación, formación y desarrollo de las competencias, además de la escasa capacidad de atraer y retener el talento profesional” (OMT, 2023, p. 38).

En el caso de Cuba, en las dos últimas décadas ha experimentado una dinámica *sui generis* en su mapa económico, recientemente el Decreto-Ley 46 del 2021 regula la creación y funcionamiento de las

micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), actor que incidirá en la transformación socioeconómica del país, a esto se suman otros constructos legales que dan forma y favorecen la organización de este nuevo aparecido en la gestión económica, a saber, el Decreto 49 del Consejo de Ministros y la Resolución 63/2021 del Ministerio de Economía y Planificación (MEP, 2021).

El sistema nominal empresarial, el 2023 Cuba lo cerró el primer semestre con 9 560 organizaciones empresariales, como muestra la figura 2, de ellas 434 (4,5%) están radicadas en la provincia de Las Tunas, haciendo una analogía con las MIPYMES a nivel nacional se contabilizan 421 como Cooperativas No Agropecuarias (CNoA), de ellas ninguna tiene como objeto el agroturismo, sin embargo, en la propia provincia de Las Tunas se cuentan con 10 fincas agroturísticas que si bien no figuran técnicamente como MIPYMES, por su forma organizativa y su manera de gestión presentan potencialidades para esgrimirse como tal, ellas se dedican teniendo como base la actividad agroecológica al agroturismo.



Figura 2. Mapa empresarial cubano.

Fuente: elaboración propia.

Las MIPYMES se definen como unidades económicas con personalidad jurídica que poseen dimensiones y características específicas, y cuyo objetivo es desarrollar la producción de bienes y la prestación de servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad (Decreto-Ley 46, 2021).

Sin embargo, para (Chávez, 2021, como se citó en Calderón y Ferraro, 2013), las Pymes, a pesar de su diversidad y menor productividad en comparación con las grandes empresas, son vitales para el empleo local, ya que dependen de los mercados cercanos y contribuyen significativamente a la generación de trabajo.

Cuba ha comprendido la importancia del agroturismo, como actividad fundamental dentro del turismo nacional y ha trabajado en su desarrollo, aprovechando su rica historia y belleza natural, que se manifiestan hasta en las comunidades locales. El agroturismo beneficia a la economía local, enriquece la vida de los cubanos al brindar oportunidades laborales y alentando la apertura hacia otras culturas. En un mundo cada vez más conectado, el agroturismo sigue siendo un motor vital para el crecimiento y la comprensión global desde lo local.

El agroturismo una elección para el progreso del Turismo en Cuba

El agroturismo en nuestro país se destaca por su potencial basado en los recursos naturales. Su principal enfoque es la conservación y comercialización, alineándose con la sostenibilidad ambiental. Esto conlleva a la creación de una amplia gama de servicios turísticos, como alojamiento, restauración, entretenimiento y transporte, impulsando así algunas actividades coherentes con la preservación y el disfrute de la naturaleza.

La producción agrícola tradicional de la finca debe ser el centro de la cultura y el principal atractivo agroturístico (Zamorano,

2023). Para comprender un atractivo agroturístico, es esencial considerar a todos los involucrados, especialmente la comunidad local. La conciencia turística debe ser fomentada, junto con la educación técnico-ambiental. Además, la disponibilidad de otros atractivos en buenas condiciones, así como una infraestructura turística adecuada, son nociones clave para garantizar el éxito del turismo en la zona.

Para lograr resultados exitosos, es fundamental identificar segmentos de mercado específicos y desarrollar acciones adaptadas a ellos. Esto implica considerar aspectos relevantes como la zona geográfica, los productos locales y el tipo de turismo deseado, en este sentido se destacan las provincias de Artemisa, Matanzas y Pinar del Río, con grandes atractivos naturales, como lagos, ríos que son utilizados por estas fincas para elevar su atractivo turístico, en el caso particular de Pinar del Río las fincas están enclavadas en su mayoría (72.7%) en las plantaciones de la hoja del tabaco, también en los mogotes del Viñales, el agroturismo en esta zona del país se centra en el paseo por estas fincas, la fotografía de estas bellezas naturales y la cosecha de hoja del tabaco.

En Artemisa, Las Terrazas y en Matanzas en Río Canimar, son atractivos explotados por los propietarios de las fincas en la navegación, además que los turistas se suman a las actividades agroecológicas de frutas tropicales.

Asimismo, es necesario evaluar el impacto deseado, ya sea a nivel zonal, cultural, social o ambiental, y promover la diferenciación para destacarse en el mercado del agroturismo (Zamorano, 2023).

La interacción entre la industria agrícola y el turismo patrimonial es una combinación poderosa que puede generar productos turísticos de alta calidad, en este caso se destaca en el centro del país las ciudades

patrimoniales de Remedios en la provincia de Villa Clara y la ciudad de Trinidad en la provincia de Santi Spíritus, estas dos últimas patrimonio cultural de la humanidad, aquí los gestores de las fincas combinan las producciones agrícolas heredadas de los españoles y los propios habitantes originarios con el patrimonio material construido desde el Siglo XVI, estas actividades se desarrollan gracias a alianzas con organizaciones locales dedicadas al mantenimiento, gestión y comercialización de estos atractivos históricos. Ambos sectores comparten valores, tradiciones culturales y una rica gastronomía local, todos los cuales pueden contar historias a través de platos típicos y experiencias auténticas.

Un proyecto de agroturismo exitoso debe priorizar la conservación del equilibrio ecológico. Esto implica un monitoreo constante de los factores medioambientales, así como la implementación de tecnologías y procesos limpios. Se busca minimizar la huella ambiental, evitar la introducción de materiales ajenos a la zona y aprovechar fertilizantes ecológicos de manera eficiente.

El agroturismo es conocido por su baja contaminación y su contribución al turismo sostenible. Fomenta la agricultura orgánica, el intercambio cultural entre áreas urbanas y rurales y ofrece programas de formación a las comunidades locales. Al eliminar prácticas como el monocultivo y la deforestación, el agroturismo protege la tierra y el agua, promueve la participación familiar y comunitaria, y fomenta la conservación de la biodiversidad.

Esta forma de turismo ofrece una amplia variedad de actividades, desde la plantación de árboles hasta la alimentación de animales, la artesanía y la participación en deportes al aire libre. También promueve la sostenibilidad a través del reciclaje, la lombricultura y la preparación de alimentos tradicionales, estos tipos de actividades se desarrollan en el oriente de Cuba, donde se

encuentra la provincia objeto de estudio: Las Tunas, otras dos provincias como Granma y Holguín tienen un desarrollo incipiente en el agroturismo, cabe destacar que son las provincias de la mitad occidental que llevan ventajas en esta modalidad; sin embargo localidades del oriente aun cuando sus características geográficas la ubican en una condición semidesértica, sus principales atractivos radican en compartir con los clientes la siembra de árboles, la recolección de cultivos varios, la monta doma de caballos, la cocción de alimentos (asados, a la parrilla) y la confección de prendas. Se destaca en todo el país los servicios de alojamientos y transportación en las fincas.

El agroturismo no solo se enfoca en ofrecer experiencias únicas a los visitantes, sino también en establecer alianzas y colaboraciones con la comunidad local. Estas alianzas pueden incluir centros de acopio, almacenaje, ventas y ferias, lo que beneficia tanto a los agricultores como a los turistas.

El agroturismo como modalidad turística combina la cultura agrícola con el turismo sostenible y proporciona diversas opciones educativas y recreativas para disfrutar plenamente. A través de alianzas y colaboraciones locales, el agroturismo se convierte en una alternativa poderosa que beneficia a la comunidad y atrae tanto a turistas nacionales como extranjeros.

Entre los retos que presenta el agroturismo en Cuba podemos destacar la infraestructura que en algunas áreas rurales de Cuba puede ser limitada, debido al escaso desarrollo en estos casos, el acceso a financiamiento, sin embargo los propietarios han emprendido estas actividades con sus propios recursos financieros, y ciertamente hay casos de éxitos, otro reto es la capacitación y el desarrollo de habilidades, sobre todo en el dominio de los idiomas extranjeros, para ello han realizado alianzas con los centros

de idiomas para su habilitación y también la contratación de los servicios de traducción; otro elemento a destacar es la sostenibilidad ambiental, el desarrollo del agroturismo debe ser compatible con la conservación del medio ambiente y los recursos naturales, para cumplir con esta máxima las prácticas que se ejecutan son esencialmente agroecológicas, esto lo han logrado con alianzas con las Facultades de Agronomía de las universidades.

Las oportunidades presentes que sustentan la posibilidad de desarrollo de esta modalidad son varias, se destacan la riqueza natural y cultural que constituyen un gran potencial para desarrollar experiencias de agroturismo únicas y auténticas. El acceso a un mercado internacional ya que existe un creciente interés a nivel internacional en el turismo rural y de naturaleza. La diversificación económica y de productos, hace que el agroturismo complemente los clásicos atractivos cubanos de sol y playa y de historia y cultura.

También se promueve el desarrollo local, lo que incentiva la valorización de los productos locales, el patrimonio cultural y las tradiciones gastronómicas, beneficiando a las comunidades rurales.

Y en los últimos años se ha potenciado la colaboración público-privada, el gobierno ha impulsado el desarrollo del agroturismo al facilitar la inversión, mejorar la infraestructura, este último elemento se ha centrado en la conectividad y el acceso a internet, aunque todavía insuficiente.

Plataformas tecnológicas, una innovación incremental agroturística

La innovación es una estrategia fundamental para el crecimiento y la supervivencia de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES). No se limita a grandes empresas o países desarrollados, sino que se ha vuelto esencial para las PYMES, especialmente en tiempos de crisis.

Estudios previos han justificado la importancia de la innovación en estas empresas. Sin embargo, son insuficientes los análisis que examinan en detalle los efectos de la innovación en la rentabilidad, la mejora de la competitividad, el crecimiento organizacional y el rendimiento comercial de las PYMES.

La innovación no se trata solo de adoptar tecnología de vanguardia; también incluye la innovación en procesos, productos, modelos de negocio y enfoques estratégicos. Las PYMES que invierten en innovación pueden mejorar su eficiencia, responder a las cambiantes demandas del mercado y destacar en entornos competitivos.

En tiempos de crisis, la innovación puede ser un salvavidas para las PYMES, permitiéndoles adaptarse y encontrar nuevas oportunidades en medio de la adversidad económica. Además, la innovación puede promover el crecimiento sostenible, contribuyendo al crecimiento económico y generando nuevos empleos en la comunidad.

La innovación no debe subestimarse en el contexto de las MIPYMES. Su adopción estratégica puede marcar la diferencia en términos de supervivencia, crecimiento y éxito a largo plazo en un mercado en constante cambio. Es esencial que las PYMES reconozcan y aprovechen el potencial de la innovación como un factor clave para mejorar su posición competitiva y eficiencia operativa.

Según (Echevarría, 2008, como se citó en el Manual de Oslo, 2005) plantea que la palabra innovación, se puede decir que es:

La innovación no es un fin en sí misma, sino un medio para que crezca la producción y la productividad. También contribuye a incrementar la competitividad de una empresa, a reducir los costes de

producción y a estar presente en nuevos mercados (Echevarría, 2008, p. 610).

Las PYMES se ven afectadas en alguna medida respecto a otras maneras de gestión de mayor liquidez, lo que da valor al financiamiento proveniente del estado.

La innovación abarca un amplio espectro que incluye la creación de nuevos productos y servicios, así como la mejora de procesos y prácticas de gestión. En el caso de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), innovar en productos o servicios es crucial para mantener su competitividad en el mercado. Además, la innovación en los procesos de producción les permite ofrecer precios competitivos. La innovación en la gestión es igualmente vital, ya que asegura flexibilidad y eficiencia operativa, factores esenciales para el éxito y la adaptación en un entorno empresarial en perenne evolución.

La implementación de plataformas tecnológicas en una finca agroturística podría ser un factor innovador crucial, proporcionando una mayor visibilidad en comparación con otros productos turísticos en la región circundante (Megna et al., 2024).

La innovación agroturística se caracteriza por un turismo participativo, por la resiliencia turística, por establecer una relación turismo-familia-comunidad enriquecedora y singular, se empodera a la mujer, a las clases más humildes y a toda la comunidad, en tanto no es ocioso pensar que muchas de estas comunidades necesitan de reconocimiento social más allá de sus lares.

La medida de la interacción de la innovación incremental con el desarrollo local se advierte interesantemente en el planteamiento de Barragán y Ayaviri (2017) al esgrimir que ven a la innovación incremental, impulsada por un grupo

selecto de individuos con ideas de negocio, puede ser un motor de desarrollo local. Estas ideas se traducen en oportunidades para mejorar los procesos y aumentar las ventas en la comunidad, destacando así su importancia en el crecimiento económico local.

Compartimos que, en la innovación incremental, “la articulación entre conceptos y componentes o arquitectura del producto no se cambia, únicamente se refuerzan o mejoran algunos de sus componentes o conceptos” (Dussauge et al., 1992, p.14-15).

Se trata de utilizar las condiciones que ya existen para mejorar el producto agroturístico y con ello el servicio que se presta. En el caso que nos ocupa implica una presencia mayor del cliente potencial en el proceso previo a la visita, lo que puede aumentar la experiencia en tanto se implica más en la toma de decisiones, a nivel interno se favorecen los procesos de gestión. A los propietarios y gestores esto le resulta menos arriesgado en cuanto a inversión, teniendo en cuenta que esto constituye un cambio en su modelo de negocio. La innovación incremental puede ser entendida como una extensión o modificación de los productos o servicios (Núñez, 2020).

Con la inclusión de las PT a la gestión y comercialización de los productos agroturísticos lo que se pretende es desarrollar mejoras a lo ya existente (Quiroga-Parra et al., 2014), se aprovechan las potencialidades del servicio que ya se presta, también las condiciones que paulatinamente ha ido ofreciendo el gobierno (conectividad y apertura a pequeños emprendimientos privados), lo que posibilita la mejora y el reforzamiento del producto turístico, se optimizan los procesos de comercialización (compra-venta), aumenta la visibilidad, estas actividades la pueden desarrollar a través del marketing directo concebido en su estrategia de marketing. Otro elemento que

incrementa el producto, es la posibilidad de ser promovidos por los tours operadores, ya que estos conocen bien el mercado por lo que pueden constituir una oportunidad para los propietarios de las fincas, las PT pueden favorecer las alianzas para establecer estrategias de marketing cooperativo, con ello maximizan la oferta total al cliente aumentando la variedad y disminuyendo costos.

Las PT permiten actualizar sus servicios financieros, las reservas en línea y gestión de visitas, posibilitando su programación, el pago se realiza más seguro y sencillo, el marketing digital ofrece la opción de compartir historias y experiencias de visitantes, y ofrecer un vistazo detrás de escenas a las operaciones agrícolas. Este enfoque no solo mejora la visibilidad y el alcance del producto, sino que también fomenta una conexión más profunda con el público objetivo, con ello también se implementa un sistema para recoger opiniones y comentarios *feedback* de los visitantes en tiempo real.

Como hemos identificado, hay una gran variedad de PT destinadas a la venta, promoción y gestión de servicios turísticos. A continuación, se presentan ejemplos específicos que, como parte de la investigación, se están implementando en el agroturismo en Las Tunas:

1. Booking.com: Es una de las principales plataformas en la industria del turismo, que facilita la reserva de alojamientos a nivel mundial, ofrece detalles precisos sobre costos, disponibilidad y opiniones de otros viajeros. Las fincas agroturísticas en Las Tunas ofrecen servicios de alojamiento que pueden promocionarse y comercializarse a través de este sitio web. La plataforma permite al público objetivo interactuar con fotografías de alta calidad que destacan la belleza del entorno rural, las instalaciones disponibles y las actividades ofrecidas de manera detallada.

2. Airbnb: En esta PT los propietarios facilitan a los usuarios la posibilidad de encontrar habitaciones privadas en el entorno de una finca, en el caso de Las Tunas, por su configuración geográfica, las fincas no están muy alejadas de las ciudades lo que posibilita, disfrutar de la propia finca, de la ciudad y de un descanso óptimo en las noches.

3. TripAdvisor: Esta PT se centra en opiniones de viajeros, brindando acceso a información detallada y reseñas de fincas. Ayuda a los usuarios a tomar decisiones informadas al planificar sus viajes. Según los propietarios, es la más utilizada para obtener retroalimentación sobre sus servicios.

4. Viator: Se especializa en la reserva de actividades y excursiones turísticas, ofreciendo a los clientes una gama de posibles vivencias auténticas y locales, con guiaje incluido en sus experiencias al aire libre y eventos en las fincas. Para esta PT se creó una alianza de tres fincas que están ubicadas en extremos y comercializan sus productos agroturísticos como una excursión de cinco días.

5. Minube: Es una PT que posibilita la organización de viajes y agrupa a una colectividad de viajeros. Los usuarios tienen la capacidad de explorar destinos y acceder a sugerencias de otros viajeros, que abarcan detalles sobre lugares destacados, opciones gastronómicas y actividades locales. Además, tienen la posibilidad de diseñar itinerarios personalizados y marcar sitios preferidos para futuras expediciones, precisamente esta última característica es la más utilizada por algunos visitantes de las fincas. Esta PT también ofrece la ubicación de las fincas.

6. Cicerone: Es una PT que enlaza a clientes potenciales con el servicio local de guiaje. Estos clientes tienen la capacidad de hacer búsqueda en diversas latitudes y adaptar las visitas a sus preferencias. Las 10 fincas que constituyen objeto de estudio tienen alianzas bajo contrato con la Oficina local de Guiaje para asistencia en cuanto a orientación, recorridos por la finca, explicar

y demostrar los usos y las tradiciones locales, colaboran en la interacción cultural y facilitan la atención personalizada.

A continuación, se muestran algunas experiencias que fundamentan la necesaria utilización de las PT en la gestión y comercialización de las fincas agroturísticas.

Según Moreno-Izquierdo (2022), la industria turística se encuentra en medio de innovaciones disruptivas, desde la aplicación de la inteligencia artificial hasta el desarrollo de la red 3.0, los NFTs y el metaverso. La IA destaca como el pilar central de esta revolución tecnológica, presentando avances que generan nuevos desafíos y oportunidades en todas las áreas del turismo. Estas transformaciones tecnológicas están destinadas a modelar el futuro del turismo de manera inevitable (Moreno-Izquierdo, 2022).

Se aprecia un ejemplo notable en España, donde se utilizan startups tecnológicas nacionales como Cabify, Trip4real o TravelPerk para gestionar algunos de sus servicios turísticos. (Más-Ferrando, 2023).

El Internet de las Cosas (IoT) está impulsando un nuevo enfoque en el turismo conocido como e-Tourism (Pedreño-Muñoz et al., 2018). Este enfoque se fundamenta en el uso de tecnologías digitales innovadoras y el análisis de datos para enriquecer la experiencia del turismo. Al vincular objetos y recopilar datos en tiempo real, el e-Tourism posibilita el desarrollo de destinos inteligentes, mejorando la eficacia, la personalización y la seguridad. Estas innovaciones están remodelando cómo los turistas planifican y disfrutan sus viajes, abriendo nuevas perspectivas para la industria turística (Megna et al., 2024).

En Ecuador se analizó la implementación del marketing 4.0 como una estrategia de promoción para el turismo comunitario en Tungurahua (López, 2023) con la intención

de aumentar el número de turistas en la zona, lo que maximizaría los recursos financieros.

Las PT implementadas en la gestión de las fincas agroturísticas en Cuba en la actualidad pueden contribuir prospectivamente al desarrollo de Destinos Inteligentes en el turismo, esa capacidad del destino responde a dos características principales que se complementan, “Tecnologías de la Información y la Comunicación estructuradas para facilitar la experiencia única del turista y las políticas, tanto públicas como privadas, de desarrollo basadas en la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente, la cultura y los valores del lugar” (Mesa, 2023).

En el contexto cubano, es importante señalar que hay una escasez de organizaciones dedicadas a la investigación y desarrollo, especialmente en el ámbito de la gestión de sistemas agropecuarios y turísticos. Además, no existe un fondo específico para promover la actividad del agroturismo. A pesar de esto, el espíritu emprendedor de los propietarios ha permitido la creación de 10 fincas en Las Tunas y más de 211 en todo el país.

Se administrarían estas plataformas tecnológicas en español, dado que el español es el tercer idioma más hablado en el mundo (Venegas, 2023), lo que contribuye a preservar la cultura nacional.

2. Metodología

El artículo que se presenta, se desarrolló mediante una investigación cualitativa “este método persigue la ilustración, representación, expansión o generalización de un marco teórico-práctico (generalización analítica) (...) en virtud de lo cual, la generalización de los estudios cualitativos no solo radica en la extensión de los resultados de una muestra a una población, sino además, en el desarrollo de una teoría, o “modos de hacer u operar” que puede ser transferida a otros casos”

(Alonso, 2023, p. 247). En correspondencia con lo anterior, los resultados obtenidos de las fincas agroturísticas de Las Tunas son susceptibles y es la pretensión, de generalizarse a otras regiones de Cuba.

El trabajo se realizó en dos etapas, en la primera, se seleccionaron 10 fincas en la región centro norte, se comprobó que su manera de gestión coincide con una MYPIME en Cuba, se constató el nivel de compromiso con la sostenibilidad agroecológica y que los servicios turísticos estuvieran operando con más de cinco años y evidentemente que no utilizaran ninguna PT en su gestión, sin embargo, se observó que algunas sí utilizaban Facebook y WhatsApp Business.

Se conoce de ante mano que todas las fincas tienen más de 15 años de experiencia en la actividad agroecológica, poseen un sistema de trabajo estructurado, sus trabajadores muestran madurez y experiencia operativa, condiciones necesarias para continuar con la segunda etapa, dedicada a evaluar la inclusión de las PT en la gestión y comercialización de las fincas agroturísticas.

Siguiendo la lógica de esta metodología, la estrategia que se utiliza es la investigación-acción (Creswell y Creswell, 2018), donde el autor se involucra en las actividades de la finca junto a los propietarios y trabajadores, conforme va aplicando los instrumentos y técnicas de indagación empírica, a saber, entrevistas semiestructuradas, observación participante, la revisión de documentos que permiten adentrarse en el fenómeno de la inclusión de las plataformas tecnológicas en el agroturismo.

A propósito y en correspondencia con lo planteado por los autores anteriores, el proceso de investigación-acción permitió comprender a través de la observación participante cómo los propietarios gestionan y organizan las actividades en la finca, las dinámicas de trabajo, la

infraestructura tecnológica, las capacidades y habilidades para operar las PT, lo que creó las condiciones estructurales para la nueva etapa de trabajo que consistía en la inclusión de las PT, previendo que favorecerá la toma de decisiones y la transformación prospectiva del modelo de negocio.

Como parte de la primera etapa y para perfilar los resultados de la investigación en el quehacer metodológico se procedió a la revisión de textos científicos, libros y tesis de grado en los repositorios de investigación de instituciones académicas, como las Universidades de Las Tunas y Holguín en el este de Cuba, que por su cercanía a la zona de estudio ofrecían datos interesantes, así como la Universidad Autónoma de Querétaro en México, que permitió con técnicas como la toma de notas y la elaboración de resúmenes organizar las síntesis teóricas que posibilitaron comprender el prospectivo impacto de la inclusión de las PT en las fincas agroturísticas.

Para la segunda etapa, se sometió a evaluación con un panel de expertos mediante la aplicación del Método Delphi, la pertinencia o no de la inclusión de las PT como innovación incremental en la gestión y comercialización de las 10 fincas agroturísticas de Las Tunas con la finalidad de alcanzar acuerdo, mitigar parcialidades y obtener mayor adaptabilidad en su posterior generalización. Cabe destacar que el Método Delphi es, además, una herramienta de previsión tecnológica, lo que permitirá advertir el escenario futuro de la inclusión generalizada de las PT en el agroturismo cubano, por lo que esta investigación también posee un matiz prospectivo o predictivo en el uso de las PT en el turismo cubano en general.

El Método Delphi se caracteriza como un proceso de comunicación grupal estructurado que resulta efectivo para abordar temas complejos entre un grupo de individuos. Su aplicación facilita el análisis

prospectivo mediante la consulta a expertos mediante cuestionarios estructurados, coordinados y analizados por el equipo investigador (Huitrales, et al., 2019).

En la primera fase se eligieron 10 especialistas que abarcan diversas áreas como turismo, negocios turísticos, negocios internacionales, agricultura y agroecología, provenientes de las Delegaciones del Turismo y de la Agricultura, así como profesores universitarios de las carreras de Licenciatura en Turismo e Ingeniería Agrónoma en Cuba. Dado que la investigación se lleva a cabo en el marco de un convenio entre la Universidad de Las

Tunas y la Universidad Autónoma de Querétaro en México, enfocado en la línea de investigación de Gestión de la Tecnología, se incluyeron cinco investigadores en Gestión Tecnológica de esta universidad en México. La selección de los expertos se justifica por el contexto geográfico de la investigación.

Inicialmente, se calculó el coeficiente de conocimiento mediante la distribución de un cuestionario entre los participantes, solicitándoles que calificaran su propio nivel de conocimiento en una escala del 1 al 10. Los resultados obtenidos se presentan en la tabla 1.

Tabla 1. Nivel de conocimiento de los expertos con respecto al tema.

EXPERTOS	Autoevaluación del nivel de conocimiento sobre el tema (ANC) Kc = 0.1 *										Kc
	ANC										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1								X			0,8
2								X			0,8
3					X						0,5
4								X			0,8
5									X		0,9
6								X			0,8
7							X				0,7
8								X			0,8
9							X				0,7
10							X				0,7
11									X		0,9
12								X			0,8
13					X						0,5
14							X				0,7
15						X					0,6

Fuente: elaboración propia.

Para calcular el coeficiente de argumentación de los expertos, se consideraron elementos relevantes tales como:

1. Experiencia y formación básica:
 - a) Experiencia profesional de al menos 10 años (industria del turismo, el agroturismo, agroecología) ya sea como propietarios, gestores o consultores.
 - b) Formación académica básica: expertos con más de 5 años de graduado de las especialidades de Turismo, Agronomía y Tecnología

de la información, con experiencia ejerciendo estas especialidades.

2. Conocimientos técnicos en gestión tecnológica: expertos con habilidades y conocimientos específicos en el uso de tecnologías aplicadas a la gestión agrícola y turística (sistemas de información, tecnologías agrícolas, y plataformas de gestión digital)
3. Formación académica relevante (Investigadores, Diplomados, Maestrías y Doctorados) expertos con experiencia en la realización de investigaciones en temas

relacionados con el agroturismo y la implementación de tecnologías en contextos agrícolas y con al menos dos publicaciones arbitradas o indexadas.

4. Historial de colaboración: expertos que hayan trabajado en colaboración

con instituciones gubernamentales, empresas del sector privado o proyectos de desarrollo local en el ámbito del agroturismo y la tecnología o que pertenezca a redes académicas o empresariales nacionales o internacionales.

Tabla 2. Patrón de comparación utilizado para evaluar el coeficiente de argumentación de los expertos propuestos (Ka).

Fuentes de Argumentación	Alto	Medio	Bajo
Experiencia profesional y formación académica básica	0,5	0,4	0,3
Conocimientos técnicos en gestión tecnológica	0,3	0,2	0,1
Formación académica relevante	0,1	0,1	0,05
Historial de colaboración	0,1	0,1	0,05

Fuente: elaboración propia.

Cada experto evaluó su desempeño en estos aspectos, asignándose a sí mismo uno de tres niveles: alto, medio y bajo. En la tabla 2 se presenta el patrón de comparación utilizado para calcular el coeficiente de argumentación de los expertos propuestos (Ka), donde se asigna a cada categoría una puntuación basada en su grado de relevancia e influencia. Los resultados generales de cada especialista se detallan en la tabla 3.

Lo anterior, se resume en que el coeficiente de argumentación de los expertos se basó en

factores clave, como su experiencia en agroturismo, conocimientos teóricos y capacidad para identificar fortalezas y áreas de mejora en la administración de las fincas, comprensión sobre las tecnologías, manejo de las mismas y las PT en términos generales y particularmente, las tecnologías de gestión turísticas, comprensión de las necesidades y expectativas de los turistas, conocimiento sobre sostenibilidad y turismo responsable y capacidad para identificar oportunidades de mejora.

Tabla 3. Determinación del coeficiente de argumentación de los expertos propuestos (Ka).

Expertos	Autoevaluación de las fuentes de argumentación				Ka de los expertos propuestos
	Experiencia profesional y formación académica básica	Conocimientos técnicos en gestión tecnológica	Formación académica relevante	Historial de colaboración	
1	0,5	0,3	0,1	0,1	1,0
2	0,5	0,3	0,05	0,05	0,9
3	0,5	0,3	0,1	0,1	1,0
4	0,5	0,2	0,1	0,1	0,9
5	0,5	0,3	0,05	0,1	0,95
6	0,5	0,3	0,1	0,1	1,0
7	0,5	0,3	0,1	0,05	0,95
8	0,5	0,1	0,1	0,1	0,8
9	0,5	0,3	0,1	0,1	1,0
10	0,5	0,3	0,1	0,1	1,0
11	0,5	0,3	0,1	0,1	0,9
12	0,4	0,3	0,1	0,1	0,9
13	0,5	0,2	0,05	0,1	0,85
14	0,5	0,3	0,1	0,1	1,0
15	0,4	0,2	0,1	0,1	0,8

Fuente: elaboración propia.

Utilizando los valores obtenidos del coeficiente de conocimiento y de argumentación, se procedió al cálculo del coeficiente de competencia, el cual se

presenta en la tabla 4. Este coeficiente fue determinante para la constitución final del comité de expertos seleccionado.

Tabla 4. Determinación del coeficiente de competencia de los expertos propuestos: $K = 0.5 (K_c + K_a)$.

	Expertos propuestos														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
K_c	0.8	0.8	0.5	0.8	0.9	0.8	0.7	0.8	0.7	0.7	0.9	0.8	0.5	0.7	0.6
K_a	1	0.9	1	0.9	1	1	1	0.7	1	1	0.9	0.9	0.9	1	0.8
K	0.9	0.9	0.75	0.9	0.9	0.9	0.8	0.75	0.9	0.9	0.9	0.9	0.7	0.85	0.7

Fuente: elaboración propia.

Para determinar y contrastar los grados de competencia entre los expertos sugeridos, se empleó la escala siguiente: alta ($0.8 \leq K < 1.0$), media ($0.5 \leq K < 0.8$) y baja ($K < 0.5$). Basándonos en estos estándares, se eligieron 11 expertos (1, 2, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 14), los cuales se destacaron por tener un nivel de competencia elevado.

Como parte de la segunda fase, se inicia con las rondas de consultas, en este caso híbridas (la primera presencial y las siguientes por mensajes y videollamadas de WhatsApp) en la primera ronda a través de entrevistas individuales y presenciales (en Cuba y en México) se les aplica un cuestionario, previamente confeccionado, a los 11 expertos seleccionados con el objetivo de evaluar consensuadamente la pertinencia de la inclusión de las PT en las fincas agroturísticas, considerando los aspectos o indicadores cualitativos siguientes:

1. Constituyen las PT una innovación incremental para gestionar las fincas agroturísticas en Las Tunas.
2. Se adaptan las características y condiciones de las fincas al uso de las PT.
3. Percepción de la mejora operativa en cuanto a automatización, reservas en línea y comunicación con los clientes.
4. Fortalecimiento de la gestión y comercialización.

5. Percepción de la mejora en la experiencia del cliente/satisfacción del cliente.
6. Se aprecia adaptación a las tendencias del mercado.
7. Se aprecia un impulso a la colaboración y networking.
8. Nivel de susceptibilidad para la inclusión de las PT a la gestión y comercialización de las fincas.
9. Nivel de adopción de aplicaciones y plataformas tecnológicas.
10. Nivel de desarrollo de la infraestructura para la conectividad y velocidad de internet.
11. Nivel de factibilidad de aplicación en las fincas seleccionadas.
12. Nivel de posibilidades de generalización a otras provincias.

Como parte de este proceso de evaluación, se enfatiza con los expertos que están en presencia de un instrumento flexible, al que pueden aportar preguntas o proponer cambios, las preguntas son dicotómicas, de ponderación, tipo Likert y abiertas.

Se determinó el coeficiente de concordancia de los expertos mediante la prueba de W de Kendall, para validar los resultados.

3. Resultados

Los resultados se obtienen una vez consultados los 11 expertos que definitivamente fueron seleccionados para evaluar la pertinencia de la inclusión de las

PT como innovación incremental en las fincas agroturísticas, en la provincia de Las Tunas en Cuba.

Se exponen los resultados, identificando por cada indicador cualitativo su comportamiento a partir de los criterios emitido por cada experto.

Indicador 1: Constituyen las PT una innovación incremental para gestionar las fincas agroturísticas en Las Tunas

El 90.9% de los expertos argumenta que las Plataformas Tecnológicas (PT) representan una innovación incremental significativa para gestionar las fincas agroturísticas en Las Tunas. Estos expertos mencionan que las PT introducen mejoras graduales en los procesos existentes, como la gestión de reservas, la promoción en línea y la interacción con los clientes, la automatización de los procesos y la optimización de la comunicación prestador de servicios-cliente lo que conduce a perfeccionar de manera general la operación turística, dos expertos (9.09%) coinciden en que no representan un cambio radical en la forma en que se gestionan las fincas.

Indicador 2: Se adaptan las características y condiciones de las fincas al uso de las PT.

En relación con este indicador, el 81.81% afirmó que las fincas seleccionadas en

general tienen las cualidades internas necesarias para incorporar las plataformas tecnológicas en su gestión, mientras que aproximadamente el 36.36% de los expertos señaló que las condiciones de las fincas deben ajustarse para aprovechar al máximo el espacio y mejorar el rendimiento de las plataformas tecnológicas.

Dada la posibilidad ofrecida a los expertos de incluir elementos adicionales, en este indicador un 27.27% de ellos se centró en la necesidad de adaptar las fincas para minimizar el impacto ambiental negativo, en tanto aumentaría la demanda de turistas debido a las potencialidades de las PT por el aumento de la promoción.

En cuanto a la administración económica, el 63.63% de los especialistas opinó que la estructura organizativa de las fincas se ajusta para asegurar la factibilidad económica de integrar plataformas tecnológicas. Esto implica considerar aspectos como el costo inicial, el retorno de la inversión y la rentabilidad a largo plazo.

Indicador 3: Percepción de la mejora operativa en cuanto a automatización, reservas en línea y comunicación con los clientes.

La figura 3 muestra cómo los expertos en la industria perciben la mejora operativa en términos de automatización, reservas en línea y comunicación con los clientes.

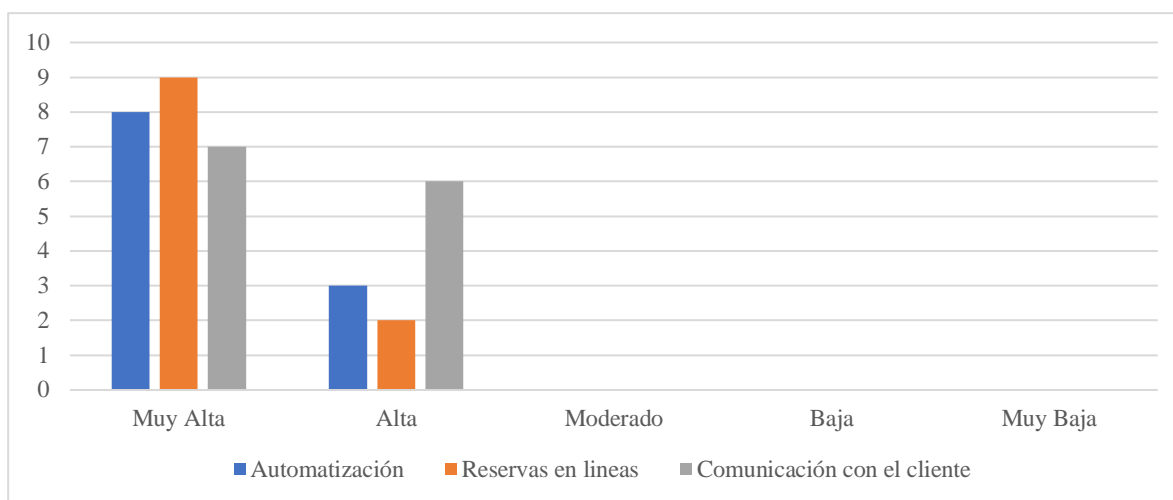


Figura 3. Percepción de la mejora operativa.

Fuente: elaboración propia.

Estos datos muestran cómo las tecnologías han tenido un efecto beneficioso en la automatización y comunicación de las actividades y servicios en las fincas. La adopción de sistemas automatizados para gestionar reservas en línea y la implementación de herramientas de comunicación efectiva con los clientes han optimizado los procesos internos y mejorado la experiencia del usuario. Este examen resalta la necesidad de continuar realizando inversiones en mejoras graduales para mantener el crecimiento de los niveles de operatividad y servicio en el agroturismo cubano.

Indicador 4: Fortalecimiento de la gestión y comercialización.

En este indicador los resultados se mostraron casi absolutos, el 90.90% de los expertos argumentó que las PT mejoran la eficiencia operativa de las fincas agroturísticas al facilitar la gestión de reservas, programación de actividades, seguimiento de inventario y administración de recursos humanos.

El 81.81% de los especialistas argumentó cómo las PT le otorgan mayor amplitud a las fincas agroturísticas al permitir ampliar su visibilidad en línea, promoción a través de redes sociales y participación en plataformas de reservas y turismo, sin embargo, el resto (18.18%) albergó dudas

debido a la falta de calidad de las conexiones a internet que ocasionalmente suceden en Cuba, pero reconocieron que ello no tiene por qué afectar el servicio en su totalidad, por ello sugirieron que en las fincas se utilice la conectividad alámbrica e inalámbrica para minimizar los riesgos.

Todos los expertos (100%) enfatizan que las plataformas tecnológicas mejoran la comunicación con los clientes potenciales y existentes al posibilitar la interacción directa, la personalización de experiencias y la recepción de comentarios en tiempo real.

Admitieron que las plataformas tecnológicas simplifican la administración financiera, abarcando aspectos como la emisión de facturas electrónicas, el monitoreo de ingresos y egresos, y la elaboración de informes financieros.

El 72.72% de los expertos defiende la necesidad de ajustar las fincas agroturísticas a las plataformas tecnológicas mediante la formación del personal en su utilización y la elección de tecnologías que se adecuen a las condiciones locales y a las demandas del mercado.

En este punto se resalta la importancia de garantizar la seguridad de las transacciones en línea, la protección de la privacidad del

cliente y el cumplimiento de las regulaciones de protección de datos.

Indicador 5: Percepción de la mejora en la experiencia del cliente/satisfacción del cliente.

El 100% de los expertos argumenta que las Plataformas Tecnológicas (PT) permiten una mayor personalización de la experiencia del cliente, lo que conduce a una mejora significativa en la satisfacción del mismo.

Alrededor del 72.72% de los expertos destacan cómo las PT hacen que los servicios de las fincas agroturísticas sean más accesibles y convenientes para los clientes, exponen que en la fase de preparación del viaje las PT le permiten al turista visualizar las condiciones de la finca, los servicios u ofertas que prestan y con ello se hace la idea de la experiencia en general.

Basar estrategias de mejoras en el feedback es muy importante para los gestores de estas fincas, por ello el 54.54% de los expertos se enfocan en cómo las PT facilitan la recopilación de comentarios y la retroalimentación de los clientes, lo que permite a las fincas agroturísticas mejorar continuamente sus servicios y satisfacer mejor sus necesidades.

El 45.45% de los expertos resaltan cómo las PT promueven una mayor transparencia en la comunicación entre las fincas agroturísticas y los clientes, lo que genera confianza y mejora la satisfacción del cliente, el 63.63% expone que se simplifican el proceso de reserva y la gestión de servicios para los clientes, lo que conduce a una experiencia más fluida y satisfactoria, lo que mejora la integración de actividades y servicios en las fincas agroturísticas, mejorando la experiencia del cliente y su satisfacción.

Indicador 6: Se aprecia adaptación a las tendencias del mercado.

El 36.36% de los expertos argumenta que las (PT) permite a las fincas agroturísticas analizar mejor la demanda y las preferencias del mercado a través de datos recopilados, lo que facilita la adaptación a las tendencias del mercado, esta interpretación se realiza con la asesoría de expertos de la universidad, se eleva la capacidad de diversificar sus productos y servicios de acuerdo con estas tendencias, lo que aumenta su competitividad y relevancia.

Las PT permiten a las fincas agroturísticas adaptarse rápidamente a los cambios en el mercado, identificando nuevas preferencias de los clientes o tendencias de consumo, mediante la actualización ágil de sus ofertas y estrategias, en coherencia con las tendencias del destino en el que están ubicadas, para ello el 45.45% de los expertos menciona la personalización de las experiencias para los clientes, lo que aumenta la satisfacción del cliente.

Aunque ciertamente, la competencia en este producto turístico y en esta zona del país es incipiente, el 18.18% de los expertos planteó la necesidad de monitorización de la competencia y el benchmarking, para ajustar sus estrategias en función de las tendencias y las mejores prácticas de la industria.

Indicador 7: Se aprecia un impulso a la colaboración y networking.

El 72.72% de los expertos vio la potencialidad en la inclusión de Plataformas Tecnológicas (PT) al facilitar la colaboración entre las propias fincas agroturísticas al permitir el intercambio de información, recursos y experiencias, lo que impulsa el networking y la cooperación en el sector, exponen y esto coinciden con la intención de algunos propietarios de las fincas, en la posibilidad de que algunas excursiones consistan en la visita a varias fincas en un mismo producto turístico.

Los expertos también reconocen que se promueve la conexión con proveedores y servicios externos, sobre todo con los servicios complementarios de transporte, lo que facilita la colaboración en la cadena de suministro y la ampliación de las opciones disponibles para las fincas agroturísticas y sus clientes.

Además, las PT permiten a las fincas agroturísticas integrarse en redes turísticas más amplias, lo que facilita el networking con otros actores del sector turístico, sobre todo con los servicios hoteleros, las fincas vienen a ser un servicio complementario a estos, lo que promueve la colaboración en proyectos y actividades conjuntas, como la organización y promoción de eventos, entre las fincas se accede a recursos compartidos, como herramientas, equipos y conocimientos, reconocen la necesidad de establecer alianzas estratégicas con la universidad y la delegación del turismo en el territorio para el diseño de los servicios y los productos turísticos. También con la delegación de la agricultura para el asesoramiento en las producciones agroecológicas.

Indicador 8: Nivel de susceptibilidad para la inclusión de las PT a la gestión y comercialización de las fincas.

El alto nivel de susceptibilidad que reconocen los expertos (63.63%) es debido a la necesidad urgente de modernizar la gestión y comercialización del turismo en Cuba, ante competidores como Cancún en

México y Punta Cana en República Dominicana, para mantener las condiciones competitivas en el mercado, se destaca lo imperante de adoptar las tecnologías más avanzadas a nivel global y aplicarlas al turismo.

Si bien existe esta necesidad de mejorar la gestión y comercialización de las fincas agroturísticas, el nivel de susceptibilidad es visto por otros expertos (27.27%) como moderado, debido a las limitaciones en la infraestructura existente, aunque no determinantes, dos de estos tres expertos coinciden con los que en el indicador 3 albergan dudas debido a la falta de calidad de las conexiones a internet, que en ocasiones sucede en Cuba.

Algunos expertos (54.54%) se mostraron dubitativos debido a que la adopción de las PT requiere un nivel de capacitación para utilizarlas eficazmente.

Indicador 9: Nivel de adopción de aplicaciones y plataformas tecnológicas.

El gráfico (Figura 4) presenta el nivel de adopción de aplicaciones y plataformas tecnológicas en el sector del agroturismo en Las Tunas, según la opinión de expertos en el campo. De un total de 11 expertos consultados, el 36.36% (4 de 11) señalaron que la adopción tecnológica es muy alta, mientras que el 54.54% (6 de 11) la consideraron alta. Solo un experto, equivalente al 9.09%, indicó que la adopción es moderada.

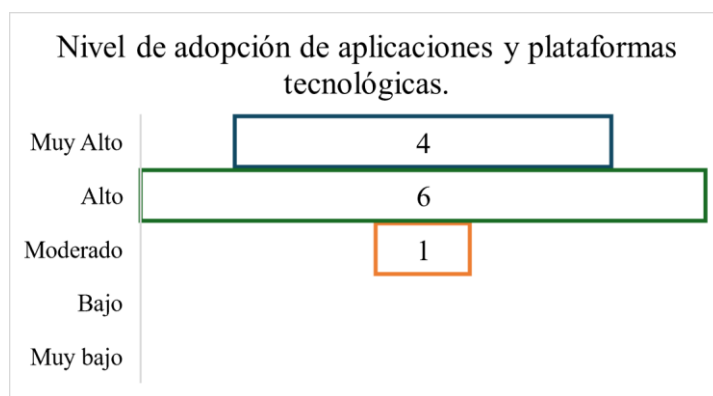


Figura 4. Nivel de Adopción de aplicaciones y plataformas tecnológicas.
Fuente: elaboración propia.

Estos descubrimientos reflejan una tendencia positiva hacia la adopción de tecnologías incrementales en el agroturismo, evidenciando un reconocimiento generalizado de la importancia de las herramientas digitales en la gestión y promoción de actividades agroturísticas. Sin embargo, también señalan que aún hay espacio para el crecimiento y una mayor aplicación de soluciones tecnológicas en este sector. Este análisis resalta la necesidad de continuar fomentando innovaciones, especialmente aquellas de naturaleza progresiva, dadas las características de Cuba y su capacitación tecnológica, para impulsar el desarrollo sostenible en el futuro.

Indicador 10: Nivel de desarrollo de la infraestructura para la conectividad y velocidad de internet.

El gráfico (Figura 5) muestra los niveles de desarrollo de la infraestructura para la conectividad y velocidad del internet, según la evaluación de expertos en el campo de las tecnologías de la información. De un total de 11 expertos consultados, el 72.72% (8 de 11) consideraron que el nivel de desarrollo es moderado, mientras que el 18.18% (2 de 11) opinaron que es bajo. Un experto, equivalente al 9.09%, indicó que el nivel es muy bajo.

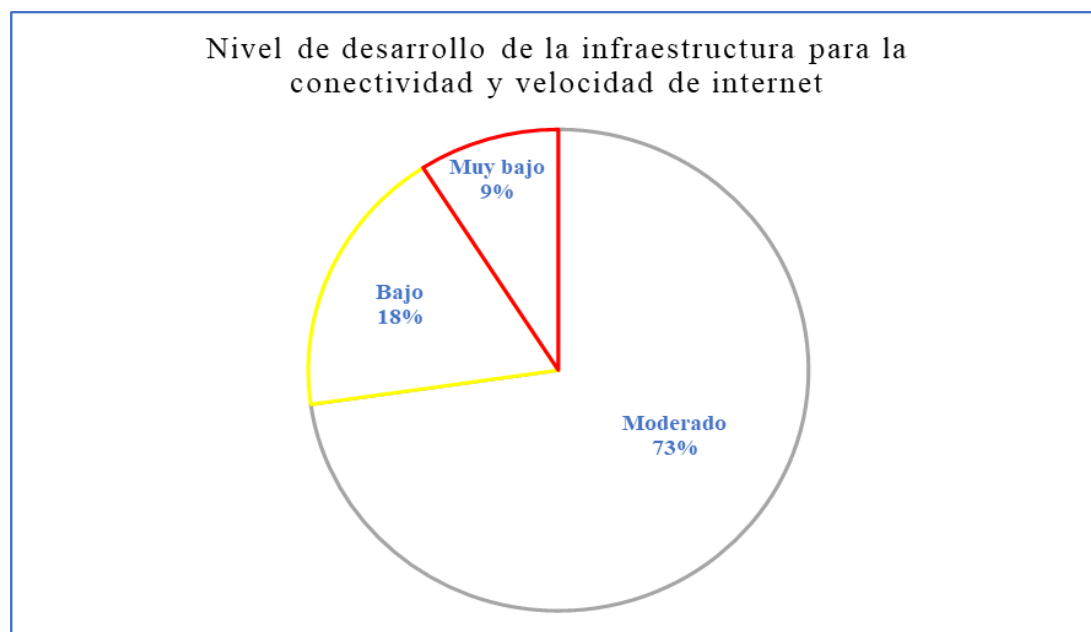


Figura 5. Nivel de desarrollo de la infraestructura para la conectividad y velocidad de internet.

Fuente: elaboración propia.

Estos resultados resaltan la opinión generalizada de que, aunque ha habido mejoras en la infraestructura de conectividad y velocidad de internet, aún persisten desafíos significativos. La evaluación de los expertos destaca la necesidad continua de invertir en mejoras sustanciales en la infraestructura de telecomunicaciones para garantizar una conectividad sólida y rápida, esencial para el progreso económico, social y tecnológico en la era digital. Por lo tanto, es crucial

adoptar innovaciones graduales, que no requieren cambios radicales, sino simplemente adaptar las condiciones actuales a las nuevas tecnologías.

Indicador 11: Nivel de factibilidad de aplicación en las fincas seleccionadas.

Se ha mencionado con regularidad que la disponibilidad de infraestructura tecnológica adecuada y acceso a internet, si bien no es el óptimo en Cuba, reúne las condiciones para gestionar las fincas con la

utilización de las PT (81.81% de los expertos).

Se reconoce por parte de los expertos (100%) que las fincas poseen los recursos financieros para implementar las PT, sin descuidar los costos iniciales de inversión y mantenimiento, minimiza estos costos la facilidad de integración en las operaciones existentes de las fincas agroturísticas, lo que aumenta la factibilidad operativa de su aplicación.

También es una potencialidad reconocida la actual situación legal y regulatoria para la aplicación de PT en las fincas agroturísticas.

Dos expertos (18.18%) mencionan la necesidad de invertir en capacitación y adopción por parte del personal, lo que podría requerir tiempo y recursos adicionales.

Indicador 12: Nivel de posibilidades de generalización a otras provincias.

En este indicador se resalta por parte de los expertos la factibilidad geográfica alta: el 90.9% de los expertos argumentan que la inclusión de Plataformas Tecnológicas (PT) en las fincas agroturísticas de Las Tunas, Cuba, es generalizable a otras provincias del país debido a similitudes geográficas, climáticas y estructurales en la industria del agroturismo. Otro elemento es la homogeneidad gubernamental y la estructura de gobierno que existe.

Obviamente hay que considerar las diferencias regionales en cada provincia, que, si bien son mínimas en cantidad y grado, pueden estar dadas en las preferencias del mercado, los recursos disponibles y la infraestructura tecnológica existente.

En consecuencia, el 72.72% de los expertos reconocen que las provincias del oriente de Cuba, las primeras en la posible generalización, no todas poseen el mismo

nivel de desarrollo socioeconómico, lo que podría dificultar el proceso en aquellas áreas con recursos limitados y una menor demanda de agroturismo. Estos mismos expertos destacan la importancia de realizar investigaciones adicionales a nivel local en estas provincias para evaluar la pertinencia y viabilidad de la inclusión de PT en las fincas agroturísticas, antes de generalizar los hallazgos de Las Tunas.

Para determinar la validez, se calculó la concordancia entre los expertos. Los resultados obtenidos revelaron un coeficiente W de Kendall igual a 0.83, lo que indica un alto grado de acuerdo entre los expertos en sus valoraciones. Esta concordancia sugiere una consistencia significativa en las percepciones sobre la idoneidad de integrar las PT en el contexto específico del agroturismo en Las Tunas. Este nivel de acuerdo fortalece la confiabilidad de los resultados obtenidos en esta primera etapa de evaluación, proporcionando una base sólida para futuros análisis y toma de decisiones en relación con la implementación de las PT en las fincas agroturísticas de la región.

4. Discusión

Los resultados obtenidos a través de la evaluación realizada por los 11 expertos seleccionados ofrecen una visión integral sobre la pertinencia de la inclusión de las (PT) como innovación incremental en las fincas agroturísticas de la provincia de Las Tunas, Cuba. Estos resultados reflejan una tendencia mayoritaria hacia la viabilidad y el potencial impacto positivo de la implementación de PT en este contexto específico.

Esta innovación incremental mejora la operatividad y fortalece la gestión y comercialización, en particular, se destaca de manera unánime el papel crucial de las PT en la eficiencia operativa de las fincas agroturísticas, así como en la ampliación de su alcance y visibilidad en línea.

Los resultados mostrados en este artículo son congruentes con la era del conocimiento actual, en tanto, “la implementación de herramientas tecnológicas e innovadoras en tiempos actuales, es de vital importancia para promover los destinos turísticos y mejorar las experiencias de los usuarios (Rodríguez y Prieto, 2022, p. 19), las PT permiten la promoción de las fincas agroturísticas como se ha demostrado, además, “se pueden dar a conocer las bondades y riquezas de un territorio así como la oferta histórica y cultural de un destino” (Valencia et al., 2020, p. 231).

Berrino (2023) indica que ciertas plataformas tecnológicas evaluadas en este estudio, como Booking, TripAdvisor y Airbnb, generaron aproximadamente 676 millones de dólares en ventas para el año 2022. Este hecho reafirma la importancia de mantener las plataformas tecnológicas propuestas en esta investigación en la gestión de las fincas agroturísticas de Las Tunas.

El artículo de Bermúdez (2020), titulado "Contribución de las Plataformas Tecnológicas Recientes al Sector Turístico", respalda la urgencia de integrar plataformas tecnológicas en las empresas agroturísticas. A través de un análisis de documentos científicos, Bermúdez destaca la necesidad de adoptar estas plataformas, lo cual se alinea con los hallazgos de este artículo. Los expertos también reconocen la idoneidad de la infraestructura actual para la conectividad y velocidad de internet requeridas para estas plataformas, lo que sugiere un potencial para innovaciones incrementales que no exigen cambios drásticos.

En consecuencia, las fincas seleccionadas poseen las características endógenas necesarias para su inclusión, es solo utilizar estas condiciones para incrementar su gestión innovadora con las PT, ello posibilitaría maximizar el uso del espacio y optimizar el rendimiento.

En cuanto a la percepción de mejora en la experiencia del cliente y la satisfacción de este, se aprecia el impacto positivo de las PT en la personalización de la experiencia del cliente, la accesibilidad de los servicios y la comunicación directa con los clientes potenciales y reales. Además, resaltan la importancia de la retroalimentación continua para la mejora de los servicios y la satisfacción del cliente, a propósito, la OMT (2023), enfatiza en la necesidad de gestionar un turismo más inclusivo y sostenible, donde las herramientas fundamentales de trabajo lo constituyan las tecnologías más actualizadas.

En lo que respecta a la adaptación a las tendencias del mercado, los expertos coinciden en la capacidad de las PT para analizar la demanda y las preferencias del mercado, así como en la rápida adaptación a los cambios y la personalización de las experiencias según las tendencias emergentes, monitorizar la competencia y realizar un benchmarking constante para ajustar las estrategias según las mejores prácticas de la industria, se coincide con Serrano (2022) en las potencialidades que ofrece al poderse establecer comunicación directa con el cliente, antes, durante y después de la visita.

Bulchand (2017), nos habla del desarrollo de los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), en su texto reconoce la importancia de las PT para estos destinos, por ello en cuanto al impulso a la colaboración y *networking*, se reconoce ampliamente el potencial de las PT para facilitar la colaboración entre las fincas agroturísticas, la conexión con proveedores y servicios externos, y la integración en redes turísticas más amplias, también posibilita establecer alianzas estratégicas, como la establecida con las universidades para el desarrollo de I+D.

5. Conclusiones

La innovación incremental y su carácter estratégico en la gestión de las fincas agroturísticas reviste significativo valor

para el impulso de este sector en el este de Cuba, especialmente en la provincia de Las Tunas debido al potencial que esta posee, diversificado y de alto valor comercializable.

La provincia de Las Tunas cuenta con un patrimonio natural, cultural e histórico de gran relevancia que no ha sido puesto en valor turístico, de ahí la importancia y pertinencia en la inclusión de las PT para favorecer este desarrollo, que se objetiva con la sinergia entre diversos servicios, actividades y atributos que se asocian siempre con las potencialidades existentes en el territorio.

Las PT constituyen una innovación incremental del agroturismo en Las Tunas, lo que permite conectar a los agricultores con los turistas de manera eficiente y directa, fomentando la oferta de experiencias auténticas y personalizadas. Estas PT facilitaron la promoción y comercialización de los destinos agroturísticos, mejorando la visibilidad y accesibilidad de estos.

Además, ofrecen recursos para administrar reservas, recibir comentarios tanto de los administradores como de los visitantes, y recopilar datos que facilitan una gestión fundamentada, en definitiva, la inclusión de las PT en los emprendimientos agroturísticos tuneros potencia el crecimiento y desarrollo a través de la innovación constante.

Referencias bibliográficas

Megna, A. A., Torres, A. E., & Leal, J. F. V. (2024). Plataformas Tecnológicas: herramientas para la gestión del conocimiento tecnológico en estudiantes de Licenciatura en Turismo. *Estrategia y Gestión Universitaria*, 12(1), 1-19. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11123888>. Consultado: 09/06/2024

Barragán, M. y Ayaviri, V., (2017). “Innovación y Emprendimiento, y su relación con el Desarrollo Local del Pueblo de Salinas de Guaranda, Provincia Bolívar Ecuador”. 6(3). *Información y tecnología*. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642017000600009>. Consultado: 05/11/2023

Berrino, C. (2023). Los impactos de la tecnología en el turismo. Disponible en: <https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/2324/1/TFPP%20EEN%202023%20BC.pdf>

Bulchand-Gidumal, J., & Pérez-Jiménez, R. (2017). La interoperabilidad de las plataformas tecnológicas de DTI como clave para el despegue de los mismos.

Chávez Vélez, I. J., (2021). “Las pymes y la generación de empleos, sitio el guabito del cantón Portoviejo”, período 2015-2020 (*Bachelor's thesis, Jijipijapa*. UNESUM).

Consejo de Estado de la República de Cuba (2021) Decreto Ley 46/2021 del sobre las Micro, pequeñas y medianas empresas. Publicado en Gaceta Oficial No. 94 Ordinaria de 2021. Disponible en: <https://www.gacetaoficial.gob.cu/sites/default/files/goc-2021-o94.pdf>. Consultado: 15/06/2023

Consejo de Ministros de la República de Cuba. (2021) Decreto 49/2021 Actividades a realizar por las Micro, pequeñas y Medianas empresas privadas, Cooperativas No Agropecuarias y Trabajadores por Cuenta Propia. Publicado en Gaceta Oficial No. 94 Ordinaria de 2021 disponible en: <https://www.gacetaoficial.gob.cu/sites/default/files/goc-2021-o94.pdf>. Consultado: 15/06/2023

- De los Santos Romero, M. Y. (2022). *Potencialidad turística de establecimientos agroecológicos de Lobos, provincia de Buenos Aires, y su inserción en la oferta de turismo sustentable* (Bachelor's thesis). <https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/24279/TFG%20-%20De%20los%20Santos%20Romero%2C%20Miriam%20Yanet.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Consultado: 22/09/2023
- Dussauge, P. Hart, S. & Ramantsoa, B. (1992) *Strategic Technology Management*, Chichester, England: J.Wiley.
- Echevarría, J., (2008). El manual de Oslo y la innovación social. *Arbor*, 184(732), 609-618.
- Garaicoa Fuentes, F., Montero Muthre, R., Rodríguez Bejarano, S., & León García, K. (2023). “Agroturismo: Una alternativa sostenible para el desarrollo local en San Francisco de Milagro, Guayas, Ecuador”. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(2), 4768-4789. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i2.5685. Consultado: 22/09/2023
- Huitraleo Tranmaleo, O.F., Calisto Uribe, L.L., Mansilla Soto, M.E. y Gutiérrez Vega, C.A. (2019). Factores de resiliencia ante vulnerabilidad en destinos y empresas turísticas: Adaptación del método Delphi como instrumento de validación, *Revista de Estudios Latinoamericanos sobre Reducción del Riesgo de Desastres REDER*, 3(1), pp.69-84.
- López Gavilanes, R. I. (2023). Plataformas digitales en promoción de paquetes turísticos de los emprendimientos del sector (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Mercadotecnia). <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/37559>. Consultado: 22/09/2023
- Mesa, R., (2023) Tendencias en turismo: destinos inteligentes. <https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/tendencias-turismo-destinos-inteligentes/> Consultado: 15/06/2023
- Ministerio de Economía y Planificación. (2021) Resolución 63/2021. *Procedimiento para la creación, fusión, escisión y extinción de las micro, pequeñas y medianas empresas y las cooperativas no agropecuarias*. Publicado en Gaceta Oficial No. 94 Ordinaria de 2021 disponible en: <https://www.gacetaoficial.gob.cu/sites/default/files/goc-2021-o94.pdf>. Consultado: 15/06/2023
- Moreno-Izquierdo., Más-Ferrando, A., Suárez-Tostado, M., & Ramón-Rodríguez, A., (2022). “Reinvención del turismo en clave de inteligencia artificial”. *FEDEA, Apuntes FEDEA*, 19, 1-17. https://www.researchgate.net/profile/Adrian-Mas-Ferrando-2/publication/362540020_Reinvencion_del_turismo_en_clave_de_inteligencia_artificial/links/62efc6004532247693889b3f/Reinvencion-del-turismo-en-clave-de-inteligencia-artificial.pdf. Consultado: 20/09/2023
- OMT (2023b) *Nuevos datos apuntan a una recuperación total del turismo con un vigoroso arranque en 2023*. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/news/nuevos-datos-apuntan-a-una-recuperacion-total-del-turismo-con-un-vigoroso-arranque-en-2023>. Consultado: 20/09/2023

- Pachucki, C., Grosh, R. & Scholl-Grissemann, U. (2022). *¿Nada es como antes? Los cambios que evocó el COVID19 en el turismo de destino y la comunicación a través de las redes sociales*. *Revista Destino, Marketing y Administración*, 23,100692.
- Pedreño Muñoz, A., Plaza Penadés, J., Moreno Izquierdo, L., & Iranzo Cabrera, M., (2018). Big Data e Inteligencia Artificial. Una visión económica y legal de estas tecnologías disruptivas. <https://doi.org/10.7203/PCUV-1>
Consultado: 20/09/2023
- Quiroga-Parra, D., Hernández, B., Torrent-Sellens, J., & Felipe Ramírez, J. (2014). La innovación de productos en las empresas Caso empresa América Latina. *Cuadernos del CENDES*, 31(87), 63-85.
- Rodríguez, A. L., & Osorio, M. A. P. (2022). Análisis de estrategias TIC del sector turístico en el departamento del Meta (Colombia) tras la contingencia de la COVID-19. *Economía & Negocios: Revista de la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial*, 4(1), pp 17-28
<https://doi.org/10.33326/27086062.2022.1.1348>.
- Roig, J. P. (14 de AGOSTO de 2014). *MBA & EDUCACION EJECUTIVA*. Obtenido de <http://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/turismo-rural-como-america-latina-puede-sacar-mas-provecho>. Consultado: 10/11/2023
- Serrano Baltierra, J. E. (2022). Modelo de negocios para una plataforma tecnológica que centraliza la oferta de turismo aventura en la comuna de Futaleufú.
- UNWTO (2023a) *Tourism and Rural Development: A Policy Perspective* Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284424306>. Consultado: 20/09/2023
- Valencia, A., Ocampo, C. Quiroz, J., Garcés, L. V. y Valencia, J. (2020). Tendencias investigativas en la aplicación de realidad aumentada en el sector turístico: un análisis bibliométrico. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 36, 229-242. <http://www.risti.xyz/issues/ristie36.pdf>
- Venegas Cedeño, J. P., & Valencia Medranda, J. A., (2023). “Language tourism as a development opportunity for Olón, Ecuador”, *Pro Sciences: Revista De Producción, Ciencias E Investigación*, 7(47), 50–57.
<https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol7iss47.2023pp50-57>. Consultado: 21/09/2023
- Villacreses, M. B., Hidalgo, G. F. J., & Tigre, Á. E. F. (2020). Plataformas tecnológicas recientes y su contribución en el fortalecimiento del sector turístico: Pectent technological platforms and their contribution in strengthening the tourism sector. *Suplemento CICA Multidisciplinario*, 4(010), 108-124.
- Zamorano, L. A. M., Arriaga, X. J., & García, A. L. C. (2023). “Perspectivas de innovación tecnológica en actividades de agroturismo”, *Fondo Editorial Biogénesis*.