



UNIVERSIDAD DE
MANIZALES®

**Estrategias priorizadas para integrar las bebidas artesanales al turismo en
Rivera (Huila): Un análisis Delphi**

Yeisson Silva Murcia

Artículo de investigación presentado para optar al título de
Magíster en Economía

Asesor

Juan Felipe Castellanos Martínez, Magíster (MSc)

Universidad de Manizales
Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
Maestría en Economía - CORHUILA
Manizales, Caldas, Colombia

2025

Citar/How to cite	(Silva Murcia Y., 2025)
Referencia/Reference	(Silva Murcia Y., 2025). <i>Estrategias priorizadas para integrar las bebidas artesanales al turismo en Rivera (Huila): Un análisis Delphi</i> [Tesis de maestría]. Universidad de Manizales. RIDUM: Repositorio Institucional Universidad de Manizales.
Estilo/Style: APA 7ma ed. (2020)	



Maestría en Economía - CORHUILA, II

Seleccione grupo de investigación UManizales (A-Z)

Línea de Investigación Economía Regional.

Declaración de inteligencia artificial: el o los autores de este trabajo de grado declaran que han utilizado herramientas de inteligencia artificial (IA), tales como [mencionar herramientas utilizadas, por ejemplo, ChatGPT, Grammarly, Turnitin, Copilot, Gemini, entre otras], de manera ética y responsable, tal como se establece en el Acuerdo UManizales 002 (julio 26 de 2023) sobre propiedad intelectual e IA. Estas herramientas son empleadas como apoyo en la redacción, revisión gramatical y generación de ideas, pero en ningún caso sustituyen el análisis crítico, la argumentación académica ni la originalidad del trabajo. Asimismo, cualquier contenido generado con asistencia de IA está citado y referenciado adecuadamente, garantizando la integridad académica y el cumplimiento de los principios éticos de la investigación.

Biblioteca y Centro de Recursos: biblioteca.umanizales.edu.co

Repositorio Institucional: ridum.umanizales.edu.co

Universidad de Manizales: umanizales.edu.co

Revistas: revistasum.umanizales.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Manizales ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Resumen

Este estudio analiza el potencial turístico de las bebidas artesanales del municipio de Rivera, Huila, y establece una ruta de implementación para su integración gradual a la oferta turística local. Ante la ausencia de datos sistemáticos y la dispersión de conocimientos entre productores, instituciones y actores turísticos, se aplicó el método Delphi con un panel de cinco expertos. El análisis de las tres rondas permitió identificar un consenso estable sobre las condiciones necesarias para fortalecer el producto: formalización productiva, capacitación empresarial, promoción estratégica, articulación institucional y sostenibilidad cultural y ambiental.

Los resultados no solo evidencian las limitaciones actuales del territorio, sino que proponen una secuencia lógica de intervención ajustada a su capacidad real. El principal aporte del estudio es la formulación de una ruta escalonada construida desde el propio territorio, útil para la toma de decisiones municipales y para orientar políticas públicas que busquen conectar patrimonio alimentario, economía local y turismo sostenible.

Palabras clave: turismo rural; productos artesanales; bebidas tradicionales; método Delphi; desarrollo local; Rivera Huila.

Abstract

This study examines the tourism potential of traditional artisanal beverages produced in Rivera, Huila, and proposes a gradual implementation pathway for their integration into the local tourism supply. Using a Delphi method with a panel of five experts, the research addressed the scarcity of systematic data and the dispersed knowledge held by producers, institutions, and tourism actors. The three-round process generated a stable consensus on key conditions for strengthening the product: productive formalization, business capacity-building, strategic promotion, institutional coordination, and cultural and environmental sustainability. The findings

expose both the structural limitations of the territory and a feasible sequence of interventions aligned with local capacities. The main contribution is a step-by-step roadmap grounded in local expertise, offering inputs for municipal decision-making and informing public policies that connect food heritage, local economies, and sustainable tourism development. This roadmap also provides practical guidance for prioritizing investments and coordinating local stakeholders across the tourism value chain.

Keywords: rural tourism; artisanal products; traditional beverages; Delphi method; local development; Rivera Huila.

1. Introducción

En los últimos años, el turismo cultural y gastronómico ha dejado de ser un complemento decorativo dentro de las políticas de desarrollo para convertirse en un eje estratégico capaz de dinamizar economías locales, especialmente en territorios rurales donde la identidad y los saberes tradicionales siguen vigentes. Diversos estudios han mostrado que, cuando un producto tradicional logra articularse con el turismo, no solo genera ingresos: también activa memorias, moviliza cadenas productivas y redefine la manera como una comunidad se reconoce a sí misma (Bessièrè, 2013; Richards, 2018). Sin embargo, este tránsito no ocurre de manera espontánea. La informalidad, la débil capacidad empresarial y la falta de articulación institucional siguen siendo obstáculos recurrentes en municipios rurales, incluso cuando poseen productos simbólicamente fuertes y culturalmente reconocidos.

El departamento del Huila es un ejemplo claro de esta tensión. Aunque cuenta con apuestas productivas orientadas al turismo cultural, agroalimentario y de naturaleza, la integración efectiva de productos artesanales a la oferta turística aún presenta vacíos estructurales. Dentro de este panorama, el municipio de Rivera representa un caso especialmente ilustrativo. Las bebidas artesanales elaboradas con uva, cholupa, mora o maracuyá forman parte de la vida cotidiana del territorio; no son una invención turística, sino una expresión genuina de su cultura alimentaria. Sin embargo, esa misma autenticidad convive con un problema evidente: el producto no ha logrado dar el salto hacia el turismo organizado. Las razones son múltiples: informalidad productiva, baja

visibilidad, escasa asociatividad y una desconexión persistente entre productores, instituciones y operadores turísticos.

Frente a este escenario, surge una pregunta inevitable: *¿qué se necesita realmente para que un producto artesanal logre consolidarse como producto turístico en un territorio rural?* La respuesta no puede apoyarse únicamente en diagnósticos técnicos ni en entusiasmo institucional; requiere integrar la experiencia de quienes conocen el territorio desde distintos ángulos: productores, actores institucionales, gestores turísticos y especialistas en desarrollo local. En contextos donde la información formal es limitada y las dinámicas productivas son complejas, el conocimiento experto se convierte en un recurso valioso, siempre y cuando se organice de manera sistemática y evitando sesgos de autoridad o presión social. Por esta razón, el método Delphi ofrece una vía particularmente pertinente: permite contrastar opiniones, identificar patrones de consenso y reconocer puntos de tensión sin que las jerarquías interfieran (Okoli & Pawlowski, 2004).

A partir de estas consideraciones, este estudio se plantea una pregunta central: *¿qué estrategias prioriza el consenso experto para convertir productos artesanales en productos turísticos en territorios rurales, tomando como estudio de caso el municipio de Rivera, Huila?* Esta pregunta surge no solo de una inquietud académica, sino también de la necesidad de aportar elementos rigurosos a un debate regional donde el potencial está ampliamente reconocido, pero las rutas de acción siguen siendo difusas.

El objetivo general es identificar y priorizar, mediante consenso experto, las estrategias más efectivas para integrar las bebidas artesanales de Rivera, Huila, como producto turístico sostenible. Este enfoque permite comprender de manera ordenada qué condiciones deben cumplirse —y en qué secuencia— para que un producto tradicional pueda consolidarse dentro de la oferta turística de un territorio rural; al mismo tiempo, ofrece una lectura que puede ser útil para otros municipios del Huila y de regiones con dinámicas similares.

El aporte teórico de este trabajo se sustenta en tres elementos. Primero, propone un modelo de estrategias priorizadas que articula perspectivas del turismo cultural, la economía creativa y el desarrollo territorial basado en recursos endógenos. Segundo, demuestra que el método Delphi no solo es operativo, sino analíticamente fértil para ordenar saberes dispersos y traducirlos en decisiones estratégicas. Finalmente, incorpora una mirada crítica sobre la relación entre informalidad productiva y potencial turístico, un tema recurrente en América Latina, pero aún poco sistematizado en contextos rurales concretos.

En conjunto, este estudio busca contribuir a la comprensión de cómo un producto artesanal puede transitar hacia la oferta turística sin perder autenticidad ni desestructurar las prácticas que le dan sentido. La investigación no pretende ofrecer fórmulas definitivas, sino identificar los puntos donde convergen quienes conocen el territorio y, desde esa convergencia, aportar insumos rigurosos para la planificación turística y el fortalecimiento de las apuestas productivas del Huila.

2. Metodología

La elección del enfoque metodológico respondió a una característica central del problema analizado: en Rivera —como ocurre en muchos territorios rurales— existe conocimiento relevante sobre las bebidas artesanales, pero ese conocimiento está disperso entre actores con perspectivas diferentes y, en ocasiones, contradictorias. No hay estadísticas sistematizadas ni estudios previos que orienten decisiones; lo que sí existe es experiencia acumulada, criterio técnico y una comprensión empírica del territorio. En este contexto, el método Delphi ofreció una vía razonable para organizar ese conocimiento y transformarlo en insumos estratégicos.

2.1 Enfoque general de la investigación

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo con apoyos cuantitativos, adecuado para temas donde la interpretación del contexto y la valoración experta son más relevantes que la representatividad estadística. No se buscó medir impactos económicos directos, sino identificar prioridades, tensiones y acuerdos en torno al potencial turístico de las bebidas artesanales.

El diseño es no experimental y de carácter descriptivo-analítico. Este tipo de diseño se ajusta a situaciones donde no se manipulan variables, sino que se analizan percepciones expertas para construir rutas de acción.

2.2 Justificación del uso del método Delphi

La decisión de emplear el método Delphi no fue mecánica. Se tomó por tres razones:

2.2.1 Heterogeneidad de actores

productores, instituciones, operadores turísticos y especialistas no comparten los mismos intereses ni lenguajes. El Delphi permite que cada uno aporte sin presiones ni jerarquías.

2.2.2 Ausencia de información sistemática

productores, instituciones, operadores turísticos y especialistas no comparten los mismos intereses ni lenguajes. El Delphi permite que cada uno aporte sin presiones ni jerarquías.

2.2.3 Necesidad de priorizar, no solo diagnosticar

varios estudios previos señalan factores relevantes, pero no su orden lógico. El Delphi ayuda a establecer qué debe hacerse primero y por qué.

En otros términos: más que un requisito metodológico, el Delphi funcionó como una herramienta para convertir conversaciones dispersas en criterios coherentes para la toma de decisiones en un contexto rural.

2.2.4 Selección del panel de expertos

El panel estuvo conformado por cinco expertos, una cifra acorde con las recomendaciones de la literatura para estudios que requieren profundidad más que representatividad numérica. La selección fue intencional, buscando trayectorias complementarias:

- Un funcionario de desarrollo económico con experiencia en políticas municipales.
- Un productor artesanal con conocimiento directo de los procesos de elaboración.
- Un enlace institucional con experiencia en programas nacionales.
- Un negociador con trayectoria en mercados regionales y eventos gastronómicos.
- Una empresaria turística conocedora de la demanda y expectativas del visitante.

Cada participante tenía más de dos años de experiencia, y todos estaban familiarizados con la realidad productiva del Huila. No se buscó obtener unanimidad, sino criterios informados desde distintas posiciones.

El anonimato se mantuvo durante todo el proceso para evitar que algún actor influyera sobre otro, especialmente en un territorio donde las relaciones personales pueden condicionar opiniones.

2.2.5 Diseño del proceso Delphi

El proceso constó de tres rondas sucesivas, cada una con un propósito analítico específico:

2.1.5.1 Primera ronda: Exploración abierta. Texto descriptivo inicia en la misma línea y continúa como párrafo normal APA.

Se formularon preguntas cualitativas amplias sobre:

- fortalezas y debilidades de las bebidas artesanales,
- oportunidades de vinculación turística,
- obstáculos productivos e institucionales,
- y posibles estrategias iniciales.

Esta ronda permitió identificar tendencias espontáneas sin dirigir la reflexión. Uno de los hallazgos más claros fue que todos los expertos mencionaron la informalidad productiva, aunque con matices distintos: unos desde lo normativo, otros desde la experiencia de mercado.

2.1.5.2 Segunda ronda: priorización. Con base en la primera ronda, se consolidó una lista de estrategias. Los expertos clasificaron su importancia y urgencia. Esta fase sirvió para destilar el mapa inicial: algunas ideas desaparecieron por falta de consenso, mientras que otras — formalización, capacitación, visibilización— se fortalecieron.

2.1.5.3 Tercera ronda: Valoración cuantitativa. Las estrategias priorizadas se evaluaron con una escala Likert de 1 a 5. Esto permitió calcular: puntajes promedio, nivel de consenso y desviación estándar.

2.1.5.4 Procedimiento de análisis. El análisis se realizó en dos niveles complementarios: Análisis cualitativo mediante codificación temática, que permitió identificar categorías recurrentes y matices entre expertos y el análisis cuantitativo básico (media y desviación estándar) para observar estabilidad del consenso.

2.1.5.5 Consideraciones Éticas. Los participantes fueron informados del propósito académico del estudio y dieron su consentimiento. No se recolectó información personal sensible. El anonimato se mantuvo en todas las rondas, tanto para evitar presiones sociales como para favorecer respuestas honestas en un contexto donde productores y funcionarios suelen interactuar frecuentemente.

2.1.5.6 Limitaciones metodológicas reconocidas desde el diseño. De forma deliberada, el estudio asumió dos limitaciones: No busca generalización estadística, sino comprensión estratégica aplicable a territorios con condiciones similares. El número de expertos es reducido, pero su diversidad compensó la falta de amplitud.

3 Marco teórico

El análisis del potencial turístico de productos artesanales en territorios rurales exige integrar varias perspectivas teóricas que, aunque provienen de campos distintos, convergen en la relación entre cultura, economía local y procesos de articulación territorial. En este apartado se revisan los enfoques que permiten comprender por qué las bebidas artesanales —como las que produce Rivera— pueden trascender su función cotidiana y convertirse en recursos estratégicos para el turismo cultural.

- **Turismo Cultural y gastronómico: de la tradición a la experiencia:** En las últimas dos décadas, el turismo cultural ha ampliado su alcance, dejando atrás una visión centrada exclusivamente en patrimonio monumental. Hoy integra prácticas cotidianas, narrativas locales y expresiones materiales e inmateriales que reflejan maneras propias de vivir en un territorio. La gastronomía —y en particular los alimentos y bebidas tradicionales— se ha consolidado como uno de los vectores más visibles de esa ampliación. No es casual que autores como Bessièrè (2013) sostengan que la comida se ha convertido en un lenguaje identitario, y que, cuando se comunica adecuadamente, fortalece la imagen de un destino. Este enfoque ha evolucionado hacia lo que Ellis et al. (2018) denominan food tourism: una búsqueda deliberada de experiencias vinculadas con productos locales, técnicas tradicionales y relatos culturales. En este tipo de turismo, la autenticidad no se mide por sofisticación, sino por coherencia cultural. Las bebidas artesanales, incluso cuando no nacen con vocación turística, poseen esa coherencia: condensan prácticas domésticas, memorias rurales y relaciones directas entre territorio y producción.

En el caso colombiano, la Ley 2068 de 2020 reconoce explícitamente el potencial del turismo gastronómico como herramienta de desarrollo regional. Sin embargo, pasar del reconocimiento normativo a la estructuración de productos turísticos reales sigue siendo un desafío, especialmente en zonas rurales donde la informalidad productiva limita la capacidad de escalar. Consulta a través de: <https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.770861>.

- **Productos Artesanales como recursos turísticos:** Los alimentos y bebidas tradicionales no surgen como estrategias económicas sino como prácticas socioculturales. Mintz y Du Bois (2002) argumentan que la comida tradicional expresa vínculos profundos entre memoria, territorio y estructura social. Esto implica que cualquier intento de convertir un producto gastronómico en atractivo turístico debe partir del respeto a su significado cultural, no de su manipulación comercial.

En diferentes países, ciertos productos han logrado transitar hacia el turismo de manera exitosa —el vino en Francia y Argentina, el tequila en México, el pisco en Perú— pero ese tránsito tuvo condiciones claras: formalización, estandarización mínima de calidad, identidad narrativa y articulación entre actores públicos y privados. Charlier y Valceschini

(2017) señalan que esos productos activan cadenas de valor completo: recorridos, degustaciones, festivales, centros de interpretación y venta directa.

Aunque el Huila no tiene industrias turísticas de esa escala, sí posee productos artesanales con identidad fuerte. Las bebidas de uva, cholupa, mora o maracuyá, si bien humildes en apariencia, responden al mismo principio estructural: son productos culturales con potencial económico. En este sentido, la literatura coincide en que la informalidad —más que la falta de calidad— es la principal barrera para su consolidación turística (Medina & Quintero, 2021).

- **Turismo cultural y gastronómico: de la tradición a la experiencia:** El desarrollo local contemporáneo parte de una premisa relativamente sencilla, pero a menudo ignorada: los territorios no progresan por la magnitud de sus recursos, sino por su capacidad de movilizarlos. Vázquez-Barquero (2009) ha insistido en que las dinámicas endógenas —capacidad organizativa, redes locales, liderazgo colectivo— son más decisivas que la inversión externa para activar procesos de transformación.

Las bebidas artesanales se inscriben en esta lógica. Su valor no está únicamente en el producto final, sino en la red social que lo hace posible: cultivadores, familias, prácticas transmitidas, conocimiento empírico y significados comunitarios. Este tipo de recursos encaja de manera natural en la economía creativa, definida por Howkins (2011) como la capacidad de convertir cultura y saberes en valor económico sin despojarlos de su esencia. Por otra parte, Putnam (2000) resalta que el capital social —las normas de confianza y cooperación entre actores— condiciona el éxito de cualquier iniciativa colectiva. En municipios como Rivera, donde la producción artesanal ocurre en pequeños núcleos familiares y con baja asociatividad, la falta de articulación institucional puede frenar iniciativas que, en teoría, tienen alto potencial.

Este punto es clave: incluso un buen producto cultural se estanca si no existe un mínimo de coordinación entre productores, instituciones y sector turístico.

- **La integración de productos locales al turismo: condiciones necesarias:** La literatura muestra con bastante claridad que el tránsito de un producto tradicional hacia un producto turístico requiere al menos tres condiciones: Formalización mínima; certificaciones sanitarias, registros, estándares básicos. Capacidades empresariales; empaques, narrativa, fijación de precios, atención al cliente.

Visibilización estratégica; presencia en rutas, ferias, plataformas digitales y articulación con operadores turísticos.

En estudios latinoamericanos, estos elementos suelen aparecer fragmentados, lo que genera diagnósticos reiterativos pero pocas soluciones cohesivas (Gómez & Hurtado, 2020). La dificultad no está en identificar factores, sino en priorizarlos y ordenarlos de manera lógica, especialmente para territorios con recursos limitados.

Aquí es donde el caso Rivera cobra sentido académico: se trata de un territorio con productos culturales claros, pero sin estructura turística consolidada, una combinación común en la ruralidad colombiana y, por tanto, de interés más allá de su geografía particular.

- **El método Delphi como herramienta para territorios con información dispersa:** El método Delphi fue concebido para problemas complejos en los que no existe información suficiente o donde las posiciones de los actores son heterogéneas (Dalkey & Helmer, 1963). Su utilidad en turismo radica en su capacidad para ordenar conocimiento disperso, generar patrones de consenso y evitar que el liderazgo institucional o las jerarquías locales distorsionen la discusión (Okoli & Pawlowski, 2004).

En territorios rurales —y esto lo reconoce la literatura reciente— el Delphi no solo es un instrumento metodológico, sino una forma de traducir saberes prácticos en estrategias utilizables (Lai et al., 2020). La falta de estadísticas confiables, la diversidad de actores y la brecha entre normas y prácticas locales hacen que el consenso experto sea, en muchos casos, la única forma viable de orientar decisiones.

Para el caso de las bebidas artesanales en Rivera, esta metodología resulta especialmente adecuada: los productores poseen conocimiento empírico, las instituciones tienen perspectivas normativas y los operadores turísticos entienden las dinámicas de mercado. Ningún actor, por sí solo, tiene la visión completa. El Delphi permite que la articulación ocurra de manera estructurada.

3 resultados

La presentación de resultados sigue la lógica de las tres rondas del método Delphi. Más que enumerar datos, se busca mostrar cómo fue tomando forma el consenso, qué temas generaron mayor coincidencia y en qué puntos aparecieron matices relevantes. Aunque el número de expertos fue reducido, la estabilidad de sus respuestas permitió reconstruir un panorama consistente sobre el potencial turístico de las bebidas artesanales en Rivera. Estos resultados se muestran en la **Tabla 1**. Igualmente, los datos son validados con otros instrumentos (**Tabla 2, Tabla 3**).

3.1 Ronda 1: factores críticos emergentes.

La primera ronda dejó al descubierto patrones que, aunque esperables, mostraron matices que vale la pena resaltar. Los expertos coincidieron en señalar la informalidad productiva como principal limitante, pero no desde una única perspectiva. Mientras los perfiles institucionales enfatizaron la ausencia de registros sanitarios y requisitos legales, los perfiles productivos destacaron la falta de acompañamiento técnico y la dificultad de cumplir con normativas que perciben como distantes de su realidad cotidiana.

Otro tema recurrente fue la necesidad de fortalecer capacidades empresariales. Aquí surgieron diferencias interesantes: algunos expertos subrayaron aspectos de gestión y mercadeo, mientras que otros insistieron en la importancia de construir una narrativa territorial que permita diferenciar las bebidas de Rivera de productos similares en el departamento.

La promoción insuficiente también apareció como patrón común, aunque con una observación que vale la pena subrayar: todos los expertos coincidieron en que la visibilidad debe llegar en un momento adecuado, no antes de que el producto esté preparado para sostener una demanda turística.

Estos y otros hallazgos fueron organizados en una tabla sintética (Tabla 1), que recoge las cinco categorías centrales identificadas en esta primera fase.

Tabla 1 *Categorías emergentes de la primera ronda*

<i>Categoría emergente</i>	<i>Descripción sintética</i>	<i>Aspectos destacados por los expertos</i>
<i>Informalidad productiva</i>	<i>Falta de registros sanitarios, procedimientos estandarizados y</i>	<i>*Dificultad para acceder a permisos y certificaciones. *Riesgos en inocuidad y calidad.</i>

	<i>cumplimiento de normativas mínimas.</i>	<i>*Percepción de normativas como poco ajustadas a la realidad productiva.</i>
<i>Capacidades empresariales</i>	<i>Limitada formación en gestión, precios, empaques y narrativa del producto.</i>	<i>*Baja diferenciación frente a productos similares. *Falta de habilidades de mercadeo. * Necesidad de fortalecer identidad y presentación.</i>
<i>Promoción y visibilidad</i>	<i>Ausencia de estrategias de difusión coherentes y presencia insuficiente en circuitos turísticos.</i>	<i>* Mala articulación con operadores turísticos. * Bajo uso de canales digitales. * Temor a promover antes de estar listos para la demanda.</i>
<i>Articulación institucional</i>	<i>Coordinación débil entre entidades y ausencia de rutas claras para acompañamiento técnico.</i>	<i>* Falta de procesos interinstitucionales continuos. * Escasez de programas de apoyo sostenibles. * Brechas entre asistencia institucional y realidad del productor.</i>
<i>Sostenibilidad cultural y ambiental</i>	<i>Riesgo de pérdida de autenticidad o deterioro ambiental si la actividad turística crece sin planificación.</i>	<i>* Necesidad de preservar prácticas tradicionales. * Preocupación por residuos y uso de insumos. * Valoración positiva del vínculo cultura *producto.</i>

Nota: Las categorías se derivan de patrones repetidos en las respuestas cualitativas de los cinco expertos. No corresponden a respuestas individuales, sino a convergencias detectadas mediante codificación temática.

3.2 Ronda 2: priorización de estrategias

A partir de las categorías emergentes, en la segunda ronda se solicitó a los expertos priorizar las estrategias más relevantes. La coincidencia fue notablemente alta: tres estrategias quedaron sistemáticamente en los primeros lugares:

1. Formalización productiva,
2. Capacitación empresarial,
3. Promoción estratégica del producto.

La articulación institucional y la sostenibilidad cultural permanecieron presentes, pero fueron percibidas como acciones complementarias o de segunda fase, dependientes de avances previos.

Esta priorización no solo permitió ordenar los factores identificados en la ronda anterior, sino establecer un orden lógico de implementación, un elemento clave para municipios con recursos limitados.

Tabla 2 Estrategias priorizadas según la ronda 2

<i>Estrategia priorizada</i>	<i>Justificación según los expertos</i>	<i>Nivel de prioridad (1 = más alta)</i>
<i>Formalización productiva</i>	<i>Necesaria para cumplir normativas básicas y garantizar calidad; sin ella, cualquier avance posterior carece de estabilidad.</i>	1
<i>Capacitación empresarial</i>	<i>Mejora la presentación, narrativa, precios y habilidades comerciales; prepara al productor para enfrentar demanda turística.</i>	2
<i>Promoción estratégica del producto</i>	<i>Solo es efectiva cuando el producto cumple estándares mínimos; evita riesgos reputacionales.</i>	3
<i>Articulación institucional</i>	<i>Requiere coordinación entre turismo, cultura, salud y desarrollo económico, pero depende de avances previos en formalización y capacitación.</i>	4
<i>Sostenibilidad cultural y ambiental</i>	<i>Fundamental para preservar autenticidad y evitar deterioro, aunque percibida como una etapa de madurez del proceso.</i>	5

Nota: La priorización se obtuvo mediante clasificación directa realizada por los cinco expertos. La coincidencia fue notablemente alta en las tres primeras posiciones.

3.3 Ronda 3: valoración cuantitativa y estabilidad del censo

La tercera ronda fue clave para verificar si las prioridades identificadas en las fases previas se sostenían una vez cada estrategia fue evaluada numéricamente. Aunque se esperaba cierta variabilidad, los resultados mostraron una sorprendente estabilidad del consenso, lo que sugiere que los patrones detectados no fueron accidentales ni dependieron de un experto dominante.

Las calificaciones —en una escala de 1 a 5— ubicaron a la formalización productiva, la promoción estratégica y la capacitación empresarial en los rangos más altos de importancia. Más allá del puntaje, lo significativo es que la desviación estándar fue baja, lo cual indica que los expertos no solo coincidieron en sus valoraciones, sino que lo hicieron de forma consistente.

Un aspecto interesante es que la articulación institucional recibió puntajes ligeramente menores, no por falta de relevancia, sino porque los expertos la consideran condicionada a avances previos. Es decir, sería poco realista intentar consolidar alianzas o comités antes de resolver mínimos productivos.

La sostenibilidad cultural y ambiental también obtuvo una valoración favorable, aunque situada en una fase posterior. Aquí la reflexión de los expertos fue más matizada: reconocen que,

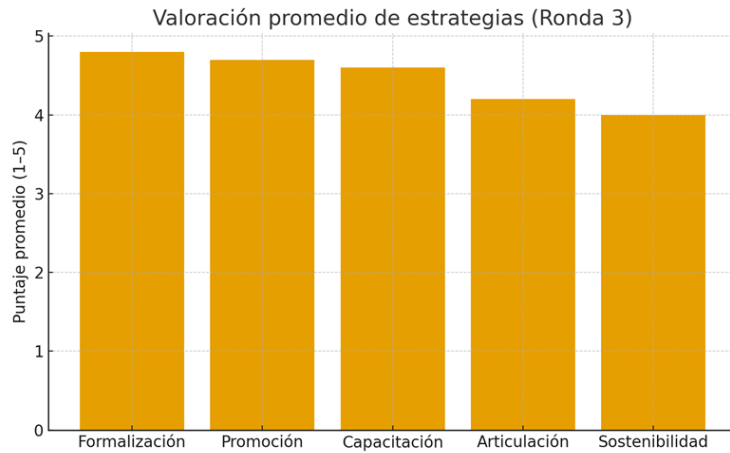
sin sostenibilidad, el producto perdería autenticidad; sin embargo, insisten en que es imposible exigir prácticas sostenibles avanzadas a productores que aún no han formalizado procesos básicos.

Tabla 3 Valoración cuantitativa y nivel de consenso (ronda 3).

<i>Estrategia</i>	<i>Media (1–5)</i>	<i>Consenso (%)</i>	<i>Desviación estándar</i>	<i>Interpretación científica</i>
<i>Formalización productiva</i>	4.8	96%	0.40	Estrategia estructural; condición necesaria para cualquier etapa posterior.
<i>Promoción estratégica</i>	4.7	94%	0.45	Relevante, pero condicionada al cumplimiento de estándares básicos.
<i>Capacitación empresarial</i>	4.6	92%	0.49	Fortalece narrativa, diferenciación y habilidades comerciales.
<i>Articulación institucional</i>	4.2	84%	0.63	Importante, pero su impacto depende de avances previos en formalización y capacitación.
<i>Sostenibilidad cultural y ambiental</i>	4.0	80%	0.58	Percibida como etapa de consolidación, no como punto de partida.

Nota: El consenso se definió como el porcentaje de expertos que asignaron valores entre 4 y 5 a cada estrategia. La baja dispersión refuerza la estabilidad del patrón de priorización.

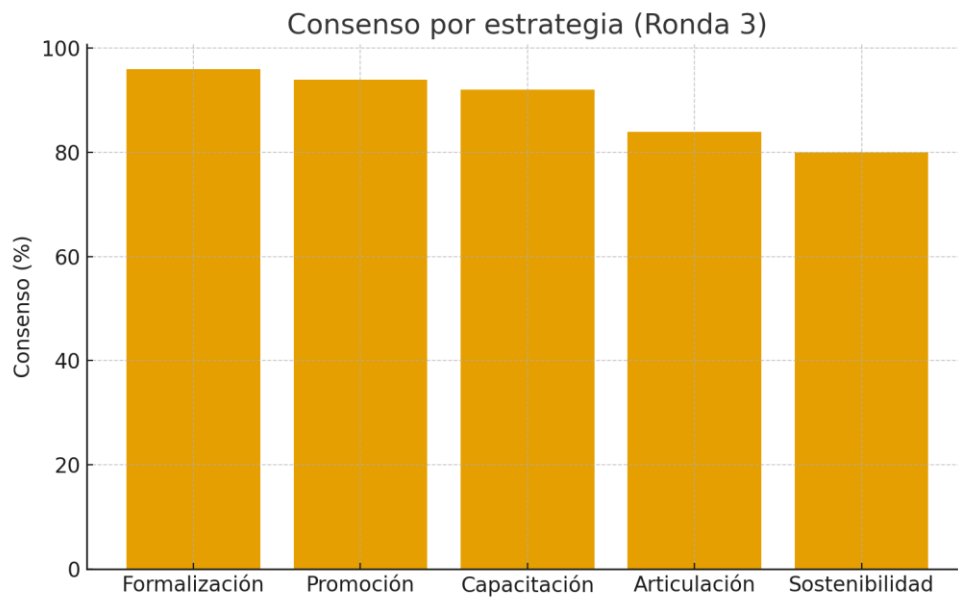
Figura 1
Valoración promedio de estrategias (Ronda 3)



Nota. Fuente (Propia 2025)

Figura 2

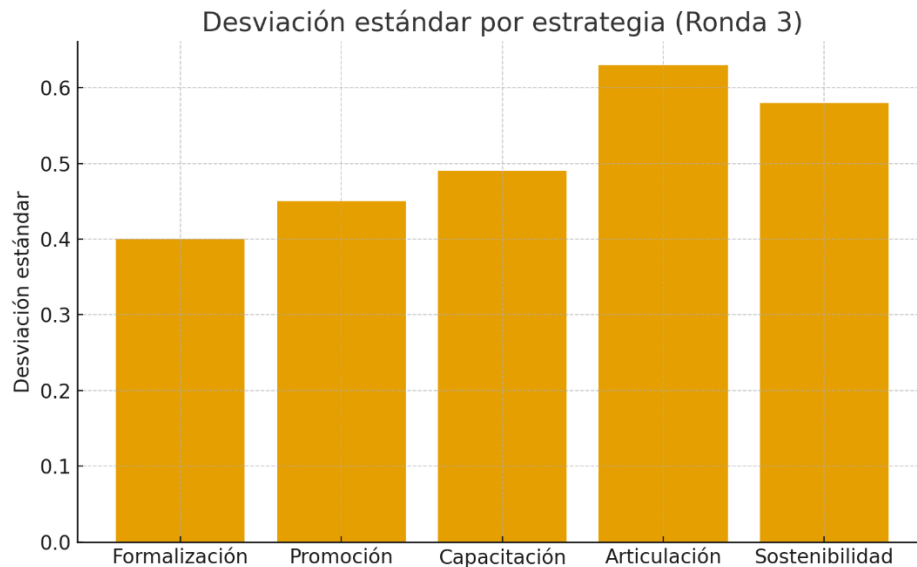
Figura 2. Consenso de los expertos según estrategia (Ronda 3)



Nota. Fuente (Propia 2025)

Figura 3

Desviación estándar de valoraciones por estrategia (Ronda 3)



Nota. Fuente (Propia 2025)

La integración de las tres rondas del proceso Delphi permite reconstruir un panorama coherente sobre las condiciones necesarias para que las bebidas artesanales de Rivera puedan convertirse en un producto turístico sostenible. Más allá de las cifras o de la coincidencia estructural entre las rondas, el valor del ejercicio radica en la convergencia de perspectivas provenientes de actores con trayectorias muy distintas: productores, instituciones, operadores turísticos y especialistas del territorio. Esta combinación de miradas tiende, en estudios rurales, a generar tensiones; sin embargo, en este caso dio lugar a un acuerdo sorprendentemente consistente.

Tres elementos sobresalen de manera transversal:

Primero, la idea de que ningún proceso turístico puede sostenerse sin resolver la formalización productiva. Este punto fue reiterado desde la primera ronda y terminó consolidándose como el eje sobre el cual deben estructurarse las demás acciones. La coincidencia no deriva de una visión normativa estricta, sino de la comprensión práctica de que, sin estándares mínimos, la oferta es inestable, vulnerable a sanciones y frágil frente a la demanda turística.

Segundo, aparece una preocupación compartida por la profesionalización del productor. La capacitación no se interpreta como un curso aislado, sino como un proceso de transición desde la

producción doméstica hacia una lógica de mercado: aprendizajes en narrativa del producto, manejo de precios, presentación, interacción con visitantes y diferenciación frente a productos similares en la región. Esta coincidencia entre perfiles institucionales y productivos indica que hay conciencia de que la calidad no depende solo de la receta, sino también de las competencias empresariales.

Tercero, la promoción estratégica ocupa un lugar relevante, pero condicionado. Todos los expertos reconocen que la visibilidad es necesaria, pero coinciden en que una promoción prematura puede generar expectativas que el territorio no está listo para sostener. La promoción aparece, por tanto, como un puente entre las capacidades internas del productor y la articulación con el sistema turístico, no como un punto de partida.

La articulación institucional y la sostenibilidad cultural y ambiental, a pesar de recibir valoraciones positivas, se ubicaron en fases posteriores. Esto no significa que sean secundarias, sino que dependen de que el producto exista en condiciones mínimas de estabilidad. Es una lectura pragmática: no es posible exigir sostenibilidad avanzada a un productor que aún no ha logrado cumplir las normativas básicas, ni se pueden consolidar alianzas si no hay un producto sólido que articular.

Finalmente, la baja dispersión observada en la tercera ronda indica que el consenso no fue accidental. La estabilidad en las respuestas, unida a la complementariedad entre rondas, sugiere que los expertos identificaron un orden lógico de implementación que responde tanto a las limitaciones reales del territorio como a las oportunidades emergentes. Esa lógica puede resumirse así: (1) formalizar, (2) capacitar, (3) promover, (4) articular, (5) sostener.

Este escalonamiento constituye uno de los aportes centrales de los resultados, porque no solo especifica qué estrategias son relevantes, sino en qué secuencia deben abordarse para que tengan sentido en un territorio rural con recursos limitados.

En conjunto, la síntesis revela un consenso maduro, fundamentado y compatible con las condiciones productivas de Rivera, lo que convierte estos hallazgos en una base sólida para la discusión teórica y la formulación de recomendaciones orientadas al desarrollo local.

4 Discusión

Los resultados obtenidos muestran que el potencial turístico de las bebidas artesanales en Rivera no depende únicamente de su calidad o de su carga cultural, sino de un conjunto de condiciones que deben desarrollarse de manera escalonada. Este hallazgo coincide con estudios sobre turismo rural en contextos latinoamericanos, en los que la consolidación de productos turísticos emergentes exige resolver primero las capacidades internas antes de intentar competir en escenarios más amplios (Lane & Kastenzholz, 2015; López & Pineda, 2020). En este sentido, la formalización productiva —identificada como el punto de partida por los expertos— se alinea con la literatura que subraya la importancia de garantizar estándares mínimos de inocuidad, trazabilidad y presentación para acceder a mercados turísticos organizados.

Sin embargo, a diferencia de otros estudios donde la formalización aparece como una exigencia impuesta por actores institucionales, en este caso surge como una necesidad compartida incluso por los propios productores. Este matiz es relevante porque indica que existe una comprensión interna de que la informalidad no solo limita la posibilidad de vender, sino que debilita la relación con el visitante y genera riesgos reputacionales para el municipio. Este punto desafía la idea común según la cual los productores rurales se resisten a la formalización; más bien muestra que su resistencia suele estar asociada a la falta de acompañamiento técnico y no a un rechazo de fondo.

La capacitación empresarial —segunda en la secuencia establecida por los expertos— también dialoga con la literatura sobre competitividad en destinos rurales. Diversos autores han señalado que la transición desde la producción doméstica hacia una oferta turística requiere nuevas habilidades: manejo de marca, narrativa del producto, interacción con visitantes y adaptación a la demanda (Cawley & Gillmor, 2008). En Rivera, esta necesidad se manifiesta con claridad: los productores reconocen que su conocimiento técnico sobre el procesamiento de frutas no siempre se traduce en un producto atractivo para turistas; se requiere un puente entre el saber tradicional y el lenguaje del mercado.

Uno de los aportes más significativos del estudio es la relación condicional entre promoción y capacidades productivas. Mientras que en varios municipios la promoción se convierte en la primera reacción institucional para “activar” un producto, los expertos de Rivera —tanto institucionales como productivos— insisten en que una promoción prematura es contraproducente.

Aquí el análisis Delphi aporta un matiz que la literatura suele asumir pero no siempre evidencia empíricamente: la promoción sin preparación puede saturar a productores pequeños, generar expectativas que no pueden cumplirse y, en última instancia, deteriorar la confianza del visitante. Esta coincidencia entre teoría y práctica fortalece la credibilidad del modelo secuencial identificado.

La articulación institucional aparece como una necesidad reconocida, pero no como un punto de partida. Estudios sobre gobernanza turística indican que la cooperación entre actores mejora la sostenibilidad del producto en el largo plazo (Bramwell & Lane, 2011). Sin embargo, los expertos de Rivera señalan que, sin un producto fortalecido, estas articulaciones tienden a diluirse en mesas de trabajo sin resultados. Esta interpretación, aunque pragmática, introduce un debate interesante: ¿la articulación debe anticiparse para impulsar el proceso o debe esperar a que exista un producto estable? El caso de Rivera sugiere que, en contextos rurales, el segundo camino es más efectivo.

Finalmente, la sostenibilidad cultural y ambiental —aunque situada en una fase posterior— muestra una coincidencia con investigaciones que subrayan la importancia de preservar prácticas tradicionales para evitar la “mercantilización acelerada” del producto (Cohen, 1988; Hernández, 2019). Sin embargo, el hecho de que los expertos la coloquen al final de la secuencia no implica falta de importancia, sino una lectura realista: no se puede exigir sostenibilidad avanzada a productores que aún luchan por cumplir requisitos básicos. Este hallazgo aporta una visión contextualizada al debate internacional sobre sostenibilidad, donde con frecuencia se asume que debe ser el punto de partida, incluso en territorios con capacidades limitadas.

En conjunto, la discusión sugiere que los resultados no solo confirman tendencias teóricas, sino que introducen un aporte clave: la formulación de una ruta de implementación gradual, ajustada a las condiciones del territorio y basada en consensos locales. Este enfoque escalonado —formalizar, capacitar, promover, articular y sostener— constituye uno de los principales aportes del estudio, porque propone un mecanismo práctico para integrar productos locales al turismo sin forzar procesos ni generar expectativas irreales. Su valor radica en que no se trata de un modelo teórico impuesto, sino de una lectura construida con actores del territorio, lo que le brinda legitimidad y pertinencia.

5 Conclusiones

El estudio permitió identificar que el potencial turístico de las bebidas artesanales en Rivera no depende únicamente de su tradición cultural o de su calidad organoléptica, sino de un proceso de fortalecimiento gradual que articule capacidades productivas, empresariales e institucionales. El método Delphi evidenció que existe un consenso claro entre los expertos sobre la secuencia necesaria para consolidar este producto dentro de la oferta turística municipal, lo que sugiere que el territorio cuenta con una base de conocimiento suficiente para orientar intervenciones realistas y sostenibles.

El hallazgo más significativo es el reconocimiento de la formalización productiva como punto de partida. Más que un requisito normativo, se interpreta como la condición mínima para garantizar la estabilidad del producto y para proyectarlo hacia circuitos turísticos sin comprometer la seguridad alimentaria ni la confianza del visitante. Su papel estructural fue confirmado por las tres rondas del proceso y constituye una orientación clave para las autoridades locales.

La capacitación empresarial, situada como segundo paso en la secuencia, destaca la necesidad de transitar desde la producción doméstica hacia una lógica de mercado. Los expertos coinciden en que la sostenibilidad económica del producto no puede depender únicamente del saber tradicional, sino de la capacidad de comunicarlo, presentarlo y diferenciarlo frente a otros productos similares del departamento. Este hallazgo refuerza la importancia de diseñar procesos formativos que no sean genéricos, sino orientados al producto.

La promoción turística, que suele ser el primer recurso utilizado por los gobiernos locales, aparece en este estudio como una acción que debe esperar a la consolidación interna del producto. Este matiz es crucial: muestra que una promoción prematura puede desgastar al productor y deteriorar la experiencia del visitante. La promoción solo adquiere sentido cuando el producto está listo para sostener una demanda creciente.

Por su parte, la articulación institucional y la sostenibilidad cultural y ambiental fueron valoradas positivamente, pero ubicadas en fases posteriores. Esta priorización sugiere que, en contextos rurales, la cooperación interinstitucional es más efectiva cuando existe un producto estable que articular, y que la sostenibilidad —aunque esencial— debe ser un horizonte progresivo

y no una imposición inicial. Este hallazgo aporta una lectura más realista al debate académico sobre sostenibilidad en destinos emergentes.

Finalmente, el estudio ofrece un aporte metodológico y práctico: la formulación de una ruta escalonada de implementación construida con base en consensos locales. Esta ruta —formalizar, capacitar, promover, articular y sostener— constituye una herramienta útil para los tomadores de decisiones y para los productores, porque traduce los hallazgos en un camino concreto que puede guiar políticas, programas y procesos de acompañamiento en el municipio de Rivera. Además, abre la puerta para futuras investigaciones que profundicen en la medición del impacto económico, social y cultural que tendría la consolidación de estas bebidas dentro del turismo local.

6 Recomendaciones para políticas públicas

Los resultados del estudio permiten orientar decisiones de política pública que trascienden la simple promoción del producto y apuntan a construir un proceso sostenible, gradual y adaptado a las capacidades reales del territorio. A partir del consenso logrado entre los expertos, se proponen las siguientes acciones estratégicas:

6.1 Establecer un programa municipal de formalización progresiva

El municipio debe diseñar un mecanismo que acompañe a los productores en el cumplimiento de requisitos sanitarios y administrativos, con un enfoque gradual y realista. Más que exigir documentos de inmediato, se recomienda un sistema de formalización por etapas, donde cada avance habilite el acceso a apoyos específicos. Este modelo reduce la resistencia y permite construir capacidades de manera ordenada.

6.2 Crear procesos formativos especializados y no genéricos

La oferta de capacitación debe adaptarse a las necesidades reales del producto: narrativa territorial, presentación del envase, estandarización del sabor, estrategias de fijación de precios y manejo de la experiencia turística. Los cursos generales de emprendimiento o turismo no son suficientes; se requieren contenidos altamente focalizados en bebidas artesanales y dictados por expertos en agroindustria, turismo rural y marketing cultural.

6.3 Implementar una estrategia de promoción condicionada a la preparación del producto

El municipio debe evitar la promoción prematura. Antes de incluir las bebidas en rutas turísticas o ferias, es necesario asegurar que los productores cumplan estándares mínimos de formalización y presentación. Una vez cumplido este requisito, la promoción debe realizarse de manera articulada, con un relato coherente sobre el origen, el método de producción y la identidad cultural del producto.

6.4 Consolidar una mesa técnica interinstitucional con funciones reales

Más que reuniones esporádicas, la articulación institucional debe formalizarse mediante una mesa técnica con responsabilidades concretas, cronogramas y mecanismos de seguimiento. En esta mesa deben participar las secretarías de Turismo, Salud, Desarrollo Económico, Cultura y Planeación, junto con representantes de los productores. Su función principal debe ser coordinar rutas de acompañamiento, evitar duplicidad institucional y asegurar continuidad después de cada periodo de gobierno.

6.5 Integrar la sostenibilidad cultural y ambiental como eje transversal gradual

Aunque la sostenibilidad no puede exigirse como punto de partida, la política pública debe asegurar que esté presente en cada fase del proceso. Esto implica promover prácticas responsables en el manejo de residuos, el uso de insumos locales y la preservación del saber tradicional. No se trata de imponer estándares de inmediato, sino de construirlos junto con los productores a medida que el producto madura.

6.6 Incluir las bebidas artesanales en los instrumentos de planificación municipal

Para garantizar continuidad, es necesario que estas iniciativas se incorporen en instrumentos como el Plan de Desarrollo Municipal, el Plan Sectorial de Turismo y los programas de competitividad rural. Sin esta inclusión, las acciones corren el riesgo de depender exclusivamente de voluntades individuales o coyunturas políticas.

6.7 Abrir líneas de financiación específicas para microproductores rurales

Los productores de bebidas artesanales requieren inversiones modestas pero estratégicas: envases, equipos de procesamiento, etiquetas, registros sanitarios y adecuaciones básicas. Es recomendable establecer una línea de microfinanciación o incentivos escalonados, vinculada al progreso en formalización y capacitación, para evitar que los productores queden excluidos por falta de recursos iniciales.

7 Limitaciones del estudio

Aunque el estudio aporta una ruta clara para consolidar las bebidas artesanales como producto turístico, es necesario reconocer ciertas limitaciones inherentes al diseño y al contexto del territorio.

En primer lugar, el tamaño del panel —aunque adecuado para la naturaleza del método Delphi— fue reducido. Esto implica que las conclusiones reflejan el consenso de un grupo acotado de expertos, no la totalidad de actores del municipio. Sin embargo, la estabilidad del consenso entre perfiles diversos sugiere que los hallazgos son sólidos dentro de las condiciones del estudio.

En segundo lugar, la investigación se centró en la identificación de prioridades y no en la medición del impacto económico, sociocultural o ambiental de la posible inserción de las bebidas artesanales al turismo. Esto significa que la ruta sugerida es una guía estratégica, no un modelo de evaluación integral del producto. Futuros estudios deberán explorar los efectos concretos en ingreso, identidad cultural y sostenibilidad.

En tercer lugar, el método Delphi permite obtener juicios informados, pero no sustituye la verificación empírica directa en campo. La formalización, la capacitación y la promoción deberán ser evaluadas posteriormente a través de estudios longitudinales que midan avances reales y cambios en la dinámica productiva.

Por último, el estudio se desarrolló en el contexto particular de Rivera, un municipio con características sociales, productivas y territoriales específicas. Aunque los hallazgos pueden ser útiles para municipios similares, cualquier extrapolación debe realizarse con cautela y considerando las diferencias locales.

8 Líneas futuras de investigación

A partir de las limitaciones identificadas y de las oportunidades que emergen del estudio, se proponen varias líneas de investigación que pueden complementar y profundizar el análisis:

8.1 Evaluación del impacto económico y sociocultural de las bebidas artesanales

Es necesario medir cómo la integración al turismo afecta los ingresos de los productores, la dinámica de trabajo familiar y la percepción local del producto. Esto permitiría determinar si la actividad realmente contribuye al desarrollo rural del municipio.

8.2 Análisis comparado con otros municipios del Huila o del sur del país

Comparar casos similares permitiría identificar patrones comunes y diferencias en la forma como los productos tradicionales se insertan en el turismo. Esta perspectiva comparativa enriquecería la comprensión del rol del territorio.

8.3 Estudios longitudinales sobre la implementación de la ruta escalonada

La ruta propuesta —formalizar, capacitar, promover, articular y sostener— debe ser monitoreada en el tiempo para determinar sus avances, obstáculos y ajustes necesarios. Un estudio longitudinal permitiría validar o refinar este modelo.

8.4 Análisis de la demanda turística y percepción del visitante

Conocer cómo los turistas valoran las bebidas artesanales, qué atributos perciben como diferenciadores y qué experiencias buscan podría complementar la visión de los expertos y orientar la oferta hacia las expectativas del mercado.

8.5 Evaluación de sostenibilidad cultural y ambiental

Futuros estudios pueden profundizar en cómo las prácticas tradicionales y el uso de insumos locales se ven afectados cuando la producción se adapta a un mercado turístico. Esta línea es clave para evitar procesos de pérdida de autenticidad.

8.6 Desarrollo de modelos de asociatividad rural aplicados al producto

Explorar formas de organización entre productores permitiría analizar si la asociatividad mejora la eficiencia, reduce costos o facilita la formalización. Esta línea es especialmente relevante para productos artesanales con potencial turístico.

9 Referencias

- Alcaldía Municipal de Rivera. (2025). *Decreto 046 del 30 de abril de 2025: Reglamentación del uso del espacio público para actividades productivas y turísticas*. Rivera, Huila.
- Barragán, M. (2019). Turismo gastronómico y desarrollo local en América Latina. *Revista Estudios y Perspectivas del Turismo*, 28(4), 1120–1140.
- Bendito, A., & Pardo, R. (2016). Productos locales y turismo sostenible: Un análisis desde la economía rural. *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica*, 25(2), 45–58.
- Bessière, J. (2013). “Heritagisation”, a challenge for tourism promotion and regional development: An example of food heritage. *Journal of Heritage Tourism*, 8(4), 275–291. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2013.770861>
- Butler, R. (2017). Tourism and resilience: “Vulnerability” and “adaptive capacity”. *Tourism Recreation Research*, 42(4), 376–384. <https://doi.org/10.1080/02508281.2017.1347158>
- Charlier, P., & Valceschini, E. (2017). The construction of quality in the wine industry. *Journal of Rural Studies*, 55, 267–277.
- Concejo Municipal de Rivera. (2024). *Acuerdo Municipal XX de 2024: Lineamientos para el desarrollo turístico y cultural del municipio*. Rivera, Huila.
- Dalkey, N., & Helmer, O. (1963). An experimental application of the Delphi method to the use of experts. *Management Science*, 9(3), 458–467.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Dwyer, W. (2020). *Tourism Economics and Policy* (2nd ed.). Channel View Publications.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, 68, 250–263.
- García, C., & Flores, M. (2020). Aplicación del método Delphi para la planificación turística en territorios rurales. *Revista PASOS*, 18(3), 421–437.
- Gómez, L., & Hurtado, J. (2020). Productos tradicionales y turismo rural en Colombia: Una mirada desde la gastronomía. *Revista Colombiana de Turismo*, 16(1), 55–74.
- Howkins, J. (2011). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.

-
- Kivela, J., & Crotts, J. (2019). Food, tourists and tourism. *Tourism Management*, 30(3), 354–363.
- Lai, I. K. W., Li, X., & Harrill, R. (2020). Integrating sustainability into tourism planning: Delphi-based approaches. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(2), 210–229.
- Medina, S., & Quintero, P. (2021). Informalidad productiva y desafíos para el turismo gastronómico en Colombia. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 18(90), 1–22.
- Mintz, S. W., & Du Bois, C. M. (2002). The anthropology of food and eating. *Annual Review of Anthropology*, 31, 99–119.
- Murray, A., & Kline, C. (2015). Rural breweries and tourism development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(5), 663–679.
- Okoli, C., & Pawlowski, S. D. (2004). The Delphi method as a research tool: An example, design considerations and applications. *Information & Management*, 42(1), 15–29.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.
- Sharpley, R. (2020). Tourism, sustainability and the sustainable tourism debate. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(2), 194–211.
- Timothy, D. J., & Ron, A. S. (2013). Understanding heritage cuisines and tourism: Identity, image and market. *Journal of Heritage Tourism*, 8(2–3), 99–104.
- UNESCO. (2022). *Creative Economy Outlook 2022*. UNESCO Publishing.
- UNWTO. (2023). *Tourism for People, Planet and Prosperity*. World Tourism Organization.
- Vázquez-Barquero, A. (2009). *Desarrollo, redes e innovación: Lecciones sobre desarrollo endógeno*. Editorial Síntesis.