

MODELO DE GOBERNANZA DIGITAL PARA LA GESTIÓN, PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE

Digital Governance Model for Tourism Management, Promotion, and Dissemination in Antonio Ante Canton

Modelo de Governança Digital para a Gestão, Promoção e Divulgação Turística do Cantão Antonio Ante

Leonardo Rigoberto Valle Arroyo *, <https://orcid.org/0009-7731-9503>

Johanna Irene Escobar Jara, <https://orcid.org/0000-0002-9053-8060>

Noel Batista Hernandez, <https://orcid.org/0000-0002-2975-2113>

Universidad Bolivariana del Ecuador, Ecuador

*Autor para correspondencia. email lvallea@ube.edu.ec

Para citar este artículo: Valle Arroyo, L. R., Escobar Jara, J. I. y Batista Hernández, N. (2026). Modelo de gobernanza digital para la gestión, promoción y difusión turística del cantón Antonio Ante. *Maestro y Sociedad*, 23(3), 3264-3275. <https://maestroysociedad.uo.edu.cu>

RESUMEN

Introducción: La investigación aborda el diseño de una plataforma digital turística y un modelo de gobernanza digital para la gestión, promoción y difusión de los atractivos del cantón Antonio Ante (Imbabura, Ecuador), ante la brecha entre el valor de su patrimonio turístico (tradición textil, gastronomía, tolas prehispánicas) y su visibilidad digital limitada, que lo mantiene rezagado respecto de destinos vecinos como Otavalo y Cotacachi. **Materiales y métodos:** Se adoptó un enfoque mixto, de alcance descriptivo y propositivo, con diseño no experimental y transversal. La muestra incluyó 384 visitantes (muestreo sistemático), un censo a prestadores de servicios, 10 funcionarios municipales, un panel de 9 expertos con formación doctoral que evaluó la propuesta en seis criterios mediante escala de 1 a 10 puntos, y un grupo focal de 11 especialistas del Ministerio de Turismo. **Resultados:** El diagnóstico confirmó información turística fragmentada, ausencia de georreferenciación, falta de datos sistemáticos sobre visitantes y canales de promoción sin coordinación. El panel de expertos otorgó una calificación promedio de 8,90/10 (categoría "muy adecuada"); la correlación entre transformación digital e impacto esperado fue positiva y significativa ($r = 0,75$; $p = 0,020$), mientras que entre funcionalidad de la plataforma e integración del modelo de destino turístico inteligente fue negativa ($r = -0,80$; $p = 0,010$). **Discusión:** Los hallazgos confirman los planteamientos sobre la interdependencia entre información, conectividad y gobernanza en destinos inteligentes, y coinciden con lo hallado en Cuenca sobre brechas digitales en destinos ecuatorianos; la tensión entre expectativas de visitantes, prestadores y funcionarios orientó el diseño hacia una herramienta que sirva tanto al público externo como a la capacidad institucional del municipio. **Conclusiones:** La plataforma digital y el modelo de gobernanza constituyen instrumentos de gestión y no un gasto de imagen, al permitir decidir con evidencia propia, mejorar la experiencia del visitante y ofrecer un modelo replicable para otros cantones intermedios; la validación cuantitativa y cualitativa confirmó la pertinencia, viabilidad y sostenibilidad de la propuesta. **Palabras clave:** plataforma de turismo digital; destinos turísticos inteligentes; gobernanza turística; transformación digital; gestión pública municipal.

ABSTRACT

Introduction: This research addresses the design of a digital tourism platform and a digital governance model for the management, promotion, and dissemination of the attractions of the Antonio Ante canton (Imbabura, Ecuador). This is in response to the gap between the value of its tourism heritage (textile traditions, gastronomy, pre-Hispanic mounds) and its limited digital visibility, which keeps it lagging behind neighboring destinations such as Otavalo and Cotacachi. **Materials and methods:** A mixed-methods approach was adopted, with a descriptive and propositional scope, and a

non-experimental, cross-sectional design. The sample included 384 visitors (systematic sampling), a census of service providers, 10 municipal officials, a panel of 9 experts with doctoral training who evaluated the proposal on six criteria using a scale of 1 to 10 points, and a focus group of 11 specialists from the Ministry of Tourism. Results: The diagnostic assessment confirmed fragmented tourism information, a lack of georeferencing, a lack of systematic data on visitors, and uncoordinated promotional channels. The expert panel awarded an average rating of 8.90/10 (category "very adequate"); the correlation between digital transformation and expected impact was positive and significant ($r = 0.75$; $p = 0.020$), while the correlation between platform functionality and integration of the smart tourism destination model was negative ($r = -0.80$; $p = 0.010$). Discussion: The findings confirm the approaches regarding the interdependence between information, connectivity, and governance in smart destinations, and coincide with the findings in Cuenca regarding digital divides in Ecuadorian destinations; the tension between the expectations of visitors, service providers, and officials guided the design toward a tool that serves both the external public and the institutional capacity of the municipality. Conclusions: The digital platform and the governance model constitute management tools and not a mere image expenditure, as they allow for evidence-based decision-making, improve the visitor experience, and offer a replicable model for other intermediate cantons; the quantitative and qualitative validation confirmed the relevance, viability, and sustainability of the proposal.

Keywords: digital tourism platform; smart tourism destinations; tourism governance; digital transformation; municipal public management.

RESUMO

Introdução: Esta pesquisa aborda o desenvolvimento de uma plataforma digital de turismo e um modelo de governança digital para a gestão, promoção e divulgação das atrações do cantão Antonio Ante (Imbabura, Equador). Isso se dá em resposta à discrepância entre o valor de seu patrimônio turístico (tradições têxteis, gastronomia, sambaquis pré-hispânicos) e sua limitada visibilidade digital, o que o mantém atrás de destinos vizinhos como Otavalo e Cotacachi. Materiais e métodos: Adotou-se uma abordagem mista, com escopo descritivo e proposicional, e um delineamento transversal não experimental. A amostra incluiu 384 visitantes (amostragem sistemática), um censo de prestadores de serviços, 10 funcionários municipais, um painel de 9 especialistas com doutorado que avaliaram a proposta em seis critérios utilizando uma escala de 1 a 10 pontos, e um grupo focal de 11 especialistas do Ministério do Turismo. Resultados: A avaliação diagnóstica confirmou a fragmentação das informações turísticas, a falta de georreferenciamento, a ausência de dados sistemáticos sobre os visitantes e a falta de coordenação entre os canais de promoção. O painel de especialistas atribuiu uma classificação média de 8,90/10 (categoria "muito adequado"); a correlação entre transformação digital e impacto esperado foi positiva e significativa ($r = 0,75$; $p = 0,020$), enquanto a correlação entre funcionalidade da plataforma e integração do modelo de destino turístico inteligente foi negativa ($r = -0,80$; $p = 0,010$). Discussão: Os resultados confirmam as abordagens relativas à interdependência entre informação, conectividade e governança em destinos inteligentes e coincidem com os resultados em Cuenca sobre as divisões digitais em destinos equatorianos; a tensão entre as expectativas de visitantes, prestadores de serviços e autoridades orientou o projeto para uma ferramenta que atenda tanto ao público externo quanto à capacidade institucional do município. Conclusões: A plataforma digital e o modelo de governança constituem ferramentas de gestão e não um mero investimento em imagem, pois permitem a tomada de decisões baseadas em evidências, melhoram a experiência do visitante e oferecem um modelo replicável para outros cantões intermediários; a validação quantitativa e qualitativa confirmou a relevância, viabilidade e sustentabilidade da proposta.

Palavras-chave: plataforma digital de turismo; destinos turísticos inteligentes; Governança do turismo; transformação digital; gestão pública municipal.

Recibido: 5/4/2026 Aprobado: 16/6/2026

INTRODUCCIÓN

La globalización reduce las barreras de movilidad entre personas de distintos contextos sociales y amplía el acceso a destinos turísticos diversos. Antes de un viaje, quien visita busca información sobre lugares de afluencia, precios y servicios, y la obtiene por canales no oficiales: redes sociales, publicidad digital y reseñas de aplicaciones. Un destino ausente de esos entornos, o presente de forma dispersa y desactualizada, no entra en la deliberación del viajero. La calidad de sus atractivos pierde peso porque nadie elige lo que desconoce.

El problema alcanza a los destinos intermedios con una intensidad propia. Las ciudades grandes cuentan con oficinas de promoción, presupuesto publicitario y personal dedicado a sostener su presencia digital. En los cantones pequeños, la información turística se reparte entre la página institucional del municipio, las cuentas

personales de cada prestador y algún portal privado, sin una instancia que la ordene o la mantenga vigente. El resultado es un destino que existe en el territorio y se desdibuja en el entorno digital.

Antonio Ante ilustra esa paradoja. Conocido como el Centro Industrial de la Moda del Ecuador, el cantón reúne atractivos de naturaleza distinta: el turismo industrial y de compras que gira en torno a la Fábrica Imbabura y a la Expoferia de Atuntaqui; la cocina de Chaltura y San Roque, con las fritadas y los cuyes que atraen visitantes de la provincia; las tolas prehispánicas dispersas por el territorio; y un calendario festivo de raíz profunda, encabezado por la Fiesta de Inocentes y de Fin de Año. Pese a ese acervo, el cantón permanece detrás de Ibarra, Otavalo y Cotacachi en captación de visitantes, y una porción de su patrimonio permanece ajena incluso a quien ya está en el territorio. No existe un sistema que centralice esa información, la georreferencie y la proyecte con criterio, ni datos sistemáticos sobre quién visita el cantón, cuándo lo hace y qué busca, lo que deja al gobierno local en una posición de decisión sin evidencia propia.

Atender ese vacío importa por razones que superan el ámbito turístico. En el plano económico, la actividad turística ofrece a Antonio Ante una vía de diversificación frente a la dependencia del sector textil, con efectos sobre el empleo y los emprendimientos locales. En el plano institucional, una herramienta que produce datos propios fortalece la capacidad del municipio para planificar y para justificar inversiones, un requisito que la normativa de planificación exige y que rara vez se sostiene con evidencia local. Existe además un argumento de replicabilidad: buena parte de los cantones intermedios del país enfrenta el mismo obstáculo, un patrimonio suficiente y una visibilidad insuficiente, y un modelo ajustado a la escala de Antonio Ante resulta transferible a contextos con limitaciones presupuestarias y de personal técnico similares a las suyas.

Buhalis (2020) sostiene que las tecnologías de la información dejan de ser un soporte accesorio del turismo para convertirse en su infraestructura básica, de modo que la competitividad de un destino depende de su capacidad para articular tecnología, datos y experiencia del visitante en una propuesta coherente.

Bajo esa lectura, un territorio con atractivos valiosos y sin arquitectura digital no compite en igualdad de condiciones frente a destinos consolidados. Ivars-Baidal et al. (2019) plantean el problema en términos de distancia entre los recursos turísticos disponibles y la madurez tecnológica necesaria para gestionarlos, comunicarlos y monitorearlos; esa distancia, que se manifiesta en conectividad, sistemas de información y gobernanza, separa a un destino convencional de uno inteligente. Gretzel et al. (2015) añaden un matiz al desplazar el foco desde la comunicación hacia el conocimiento: el reto no se limita a mostrar información al turista; incluye hacer circular datos entre actores públicos y privados para alimentar decisiones. Leídos en conjunto, estos tres enfoques permiten reformular el caso anteño: lo que falta en Antonio Ante no son atractivos, sino un sistema que los gestione, los comunique y devuelva información útil a quien administra el destino.

El estudio se ubica en el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, sierra norte del Ecuador. Su cabecera, Atuntaqui, se sitúa a 2400 metros sobre el nivel del mar, a trece kilómetros de Ibarra y a dos horas de Quito por la Panamericana Norte. El cantón se crea el 12 de febrero de 1938, ocupa alrededor de 79 kilómetros cuadrados y supera los cincuenta mil habitantes según las proyecciones municipales y los registros del Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Lo integran dos parroquias urbanas, Atuntaqui y Andrade Marín, y cuatro rurales: San Roque, Natabuela, Chaltura e Imbaya. La identidad del territorio está marcada por la industria: en 1924 se instala en Andrade Marín la Fábrica Imbabura, pionera del sector algodonero ecuatoriano, cuyo cierre en 1965 empuja a los trabajadores a abrir talleres propios de tejido y confección, origen del conglomerado textil que define a Atuntaqui en la actualidad.

El antiguo complejo fabril, hoy museo y centro cultural, condensa esa memoria. El estudio se desarrolla en el período 2025-2026, cuando el Ministerio de Turismo impulsa la estrategia nacional de Destinos Turísticos Inteligentes y los gobiernos autónomos descentralizados atraviesan procesos de digitalización.

En correspondencia con ese marco, el problema se formula en dos preguntas complementarias: ¿de qué manera el diseño de una plataforma digital turística contribuye a la gestión, promoción y difusión de los atractivos turísticos del cantón Antonio Ante frente a su visibilidad digital limitada y a su posición rezagada respecto de destinos vecinos?; y ¿de qué manera un modelo de gobernanza digital, sustentado en dicha plataforma, fortalece la capacidad del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Antonio Ante para administrar, promover y difundir esos atractivos?

El estudio parte de dos hipótesis: primera, el diseño de una plataforma digital turística integral, sustentada en el

modelo de Destinos Turísticos Inteligentes, mejora la gestión, la promoción y la difusión de los atractivos del cantón y fortalece su posicionamiento como destino, al reunir en un sistema único la información georreferenciada, la promoción multicanal y los datos que el gobierno local requiere para decidir; segunda, el modelo de gobernanza digital fortalece las capacidades institucionales del municipio para la gestión turística del cantón.

El objetivo general del estudio consiste en diseñar una plataforma digital turística para la gestión, promoción y difusión de los atractivos turísticos del cantón Antonio Ante, en el marco del modelo de Destinos Turísticos Inteligentes, y en proponer un modelo de gobernanza digital que fortalezca la gestión turística del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal.

De ese objetivo general se desprenden cuatro objetivos específicos: fundamentar, con base en literatura científica y normativa vigente, la relación entre transformación digital, plataformas turísticas, destinos turísticos inteligentes y gobernanza pública local; diagnosticar el estado de la gestión, la promoción y la difusión digital de los atractivos del cantón, y las capacidades institucionales del municipio para sostenerlas; determinar los requerimientos funcionales y las expectativas de visitantes, prestadores de servicios y funcionarios respecto de la plataforma y del modelo de gobernanza; y proponer la arquitectura funcional de la plataforma junto con el modelo de gobernanza digital, y validar ambos mediante el criterio de actores clave, con instrumentos cuantitativos y cualitativos complementarios entre sí.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto. La decisión respondió a una razón práctica: medir el conocimiento que los visitantes tienen de los atractivos del cantón exigió datos cuantitativos, mientras que la comprensión de las razones por las que el municipio no sostuvo una presencia digital estable requirió el testimonio directo de quienes toman esas decisiones.

El alcance fue descriptivo en la fase de caracterización del destino y propositivo en la fase de diseño de la plataforma y del modelo de gobernanza. El diseño se estableció como no experimental y transversal: las variables se observaron tal como se presentaron, sin manipulación, y la información se recogió en un momento único dentro del período 2025-2026.

En el nivel empírico se emplearon el análisis documental y la observación directa. El primero permitió revisar el inventario cantonal de atractivos, los instrumentos de planificación vigentes y la presencia digital existente del destino; el segundo aportó evidencia mediante encuestas y entrevistas aplicadas a los actores del sistema turístico local.

En el nivel teórico, el método analítico-sintético separó el problema en tres dimensiones (gestión, promoción y difusión) y las integró en una propuesta única; el método inductivo-deductivo condujo el razonamiento entre el marco general de los destinos inteligentes y las particularidades del cantón; el método sistémico-estructural orientó el diseño de la plataforma como un conjunto de componentes interdependientes.

El procesamiento de datos siguió dos rutas. La información cuantitativa se analizó con estadística descriptiva (frecuencias, porcentajes y medidas de tendencia central) y con estadística inferencial de tipo correlacional. Para el panel de expertos, el estudio calculó, además del promedio simple por criterio, el coeficiente de correlación de Pearson (r) entre cada par de criterios, con el fin de estimar la fuerza y la dirección de la asociación lineal, y el coeficiente de correlación de Spearman (ρ), como alternativa no paramétrica apta para un tamaño de muestra reducido y para posibles apartamientos de la normalidad.

El nivel de significación se fijó en 0,05. Los cálculos se ejecutaron con software estadístico de código abierto (Python, biblioteca SciPy). La información cualitativa, procedente de las entrevistas a funcionarios y del grupo focal con especialistas del Ministerio de Turismo, se sometió a análisis de contenido, con agrupación de las respuestas en categorías correspondientes a las dimensiones del estudio. La triangulación de las cuatro rutas, documental, encuesta, entrevista y validación por juicio experto, otorgó consistencia a los hallazgos.

Se emplearon cinco técnicas con sus instrumentos correspondientes. La revisión documental se apoyó en fichas de registro y en una matriz que evaluó el inventario turístico y la presencia digital del destino. La encuesta utilizó un cuestionario estructurado con preguntas cerradas en escala de Likert, dirigido a visitantes y prestadores de servicios. La entrevista se condujo con una guía semiestructurada aplicada a funcionarios municipales.

La validación cuantitativa se realizó mediante un formulario de juicio de expertos con seis criterios

(transformación digital, funcionalidad de la plataforma turística, integración del modelo de destino turístico inteligente, promoción de atractivos turísticos, viabilidad de implementación e impacto esperado en el desarrollo turístico), calificados en una escala de uno a diez puntos. La validación cualitativa se realizó mediante un grupo focal con guía temática estructurada en cinco bloques: necesidades de gestión y administración de la plataforma, estrategias de promoción y difusión digital, experiencia del usuario, articulación con actores locales, y sostenibilidad, monitoreo e impacto esperado. Los cinco instrumentos pasaron por validación de contenido mediante juicio de expertos y por una prueba piloto que verificó su confiabilidad antes de la aplicación definitiva.

La población del estudio quedó integrada por cinco grupos vinculados a la gestión turística del cantón: visitantes, prestadores de servicios, funcionarios municipales, expertos encargados de la validación cuantitativa y especialistas convocados para el grupo focal de validación cualitativa. Ante la inexistencia de un registro consolidado del flujo de visitantes, ese segmento se trató como población indeterminada. La muestra se calculó con la fórmula para poblaciones desconocidas, con un nivel de confianza del 95 %, un margen de error del 5 % y una probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia de 0,50; el cálculo arrojó una muestra de 384 visitantes, seleccionados por muestreo probabilístico sistemático en los puntos de afluencia turística del cantón. En el caso de los prestadores de servicios, se aplicó un censo a la totalidad de establecimientos activos registrados en el catastro turístico cantonal, dado el tamaño reducido de ese universo y la relevancia de incorporar las distintas actividades económicas vinculadas al turismo. Los funcionarios municipales se seleccionaron por muestreo no probabilístico intencional; participaron diez informantes de las áreas de turismo, planificación, comunicación, tecnologías de la información y desarrollo económico.

Para la validación cuantitativa de la propuesta se conformó un panel de nueve expertos con formación doctoral en turismo, gestión pública, marketing turístico digital, innovación y destinos inteligentes, administración turística, sistemas de información turística, y planificación y desarrollo territorial, con una experiencia mínima de diez años en investigación, consultoría o gestión turística.

Para la validación cualitativa se conformó un grupo focal integrado por once especialistas en gestión turística del Ministerio de Turismo del Ecuador, seleccionados por su experiencia en planificación turística, promoción de destinos, transformación digital, gestión de destinos turísticos inteligentes, desarrollo territorial y administración pública del turismo; entre los participantes actuó un especialista de alta especialización en turismo local y gestión inteligente del turismo, que aportó criterios técnicos sobre la alineación de la propuesta con las políticas nacionales de desarrollo turístico, transformación digital e innovación en destinos.

El estudio articuló dos variables: la plataforma digital turística, de carácter independiente, y la gestión, promoción y difusión de los atractivos, de carácter dependiente. La Tabla 1 detalla sus dimensiones, indicadores y técnicas.

Tabla 1. Operacionalización de las variables de la investigación

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
Plataforma digital turística (Variable independiente)	Gestión de información	Inventario georreferenciado de atractivos; frecuencia de actualización de la información; centralización de datos turísticos	Revisión documental	Matriz de análisis documental
	Funcionalidad	Disponibilidad de módulos informativo, transaccional y experiencial; nivel de usabilidad percibida	Encuesta	Cuestionario estructurado
	Gobernanza digital	Asignación de roles institucionales en el GAD; existencia de un modelo de sostenibilidad para la plataforma	Entrevista	Guía de entrevista semiestructurada
Gestión, promoción y difusión de atractivos turísticos (Variable dependiente)	Visibilidad del destino	Alcance de la difusión digital; nivel de conocimiento previo de los atractivos turísticos	Encuesta	Cuestionario estructurado
	Promoción multicanal	Presencia en redes sociales y motores de búsqueda; consistencia de los contenidos publicados	Revisión documental y encuesta	Matriz de análisis documental y cuestionario estructurado
	Experiencia del visitante	Nivel de satisfacción; intención de retorno; intención de recomendación del destino	Encuesta	Cuestionario estructurado

Fuente: Elaboración propia.

RESULTADOS

La sistematización teórica confirmó un marco conceptual coherente entre transformación digital, plataformas

turísticas y destinos inteligentes: la competitividad de un destino depende, con peso creciente, de su capacidad para integrar los atractivos en un ecosistema digital funcional, más allá de la calidad aislada de esos atractivos. La revisión estableció, además, las condiciones bajo las cuales el modelo de Destinos Turísticos Inteligentes se aplica a un gobierno local intermedio sin perder su identidad: la gobernanza, la gestión de información y la conectividad constituyen dimensiones imprescindibles, mientras que la innovación tecnológica de escala superior admite una versión reducida y progresiva.

El análisis documental del inventario y de la presencia digital del cantón precisó las brechas anticipadas en el planteamiento del problema. El inventario turístico municipal registró un patrimonio diverso, con presencia digital repartida entre el portal institucional del GAD, cuentas de redes sociales sin coordinación entre sí y perfiles privados de prestadores individuales, sin un repositorio centralizado que los articulara. Un número reducido de atractivos contaba con georreferenciación verificable en plataformas de uso público, y la actualización de contenidos careció de periodicidad definida en los canales revisados. Ese hallazgo situó al caso anteño en la misma línea reportada para otros destinos ecuatorianos y respaldó la pertinencia del marco DTI para el diagnóstico.

Las encuestas aplicadas a visitantes mostraron que una proporción relevante de los consultados llegó al cantón con información parcial o desactualizada, obtenida por canales informales y sin verificación institucional. Un segmento de esa muestra reconoció haber descubierto atractivos relevantes tras su llegada al territorio, sin conocimiento previo al viaje, lo que constituyó un indicador directo del déficit de difusión previa al desplazamiento.

Entre los prestadores de servicios, la encuesta encontró una articulación escasa con los canales institucionales del municipio y una demanda explícita de un espacio común que integrara su oferta, necesidad que ya se manifestaba de forma informal en el uso individual e intensivo de redes sociales propias.

Las entrevistas a funcionarios municipales complementaron ese cuadro. Los informantes reconocieron la necesidad de fortalecer la gestión digital del turismo cantonal y valoraron con criterio favorable la propuesta de una plataforma centralizada. Las entrevistas dejaron ver también un conjunto de objeciones institucionales: la falta de una unidad administrativa clara para la actualización de contenidos, la ausencia de una previsión presupuestaria dedicada a la operación del sistema y la carencia de personal técnico permanente para el sostenimiento del proyecto una vez concluida su implementación inicial. Esas objeciones no debilitaron la propuesta; delimitaron las condiciones institucionales que su diseño debía incorporar.

Validación cuantitativa del panel de expertos

El panel de nueve expertos calificó la propuesta en seis criterios: transformación digital, funcionalidad de la plataforma turística, integración del modelo de destino turístico inteligente, promoción de atractivos turísticos, viabilidad de implementación e impacto esperado en el desarrollo turístico. La Tabla 2 resume las calificaciones individuales y el promedio por criterio.

Tabla 2. Evaluación del panel de expertos de la propuesta (escala de 1 a 10 puntos)

Experto	Formación	Transformación digital	Funcionalidad de la plataforma	Integración del modelo DTI	Promoción de atractivos	Viabilidad de implementación	Impacto esperado	Promedio
Experto 1	Doctor en Turismo, 15 años en planificación turística	9.0	8.8	9.1	9.0	8.7	8.9	8.9
Experto 2	PhD en Gestión Turística, investigador en promoción de destinos	8.8	8.9	8.8	9.0	8.9	8.8	8.9
Experto 3	Doctor en Desarrollo Territorial y Turismo	9.1	8.9	8.9	8.8	8.8	8.9	8.9
Experto 4	PhD en Marketing Turístico Digital	8.9	9.0	8.8	9.1	8.8	8.8	8.9
Experto 5	Doctor en Innovación y Destinos Inteligentes	9.0	8.8	9.0	8.9	8.9	8.8	8.9
Experto 6	PhD en Administración Turística	8.9	8.9	8.9	8.8	9.0	8.9	8.9

Experto 7	Doctor en Gestión Pública y Turismo	8.8	8.9	8.9	8.9	8.9	8.8	8.9
Experto 8	PhD en Sistemas de Información Turística	9.0	8.8	8.9	8.9	8.8	9.0	8.9
Experto 9	Doctor en Planificación y Desarrollo Turístico	8.9	9.0	8.8	8.9	8.9	8.9	8.9
Promedio general	9 expertos con formación doctoral	8.93	8.87	8.90	8.92	8.83	8.87	8.90
Desviación estándar		0.10	0.08	0.10	0.10	0.09	0.07	

Nota. Elaboración propia con base en el instrumento de validación por juicio de expertos. Escala de interpretación: 9,50-10,00 Excelente; 8,50-9,49 Muy adecuada; 7,50-8,49

Adecuada; 6,50-7,49 Medianamente adecuada; menor de 6,50 Requiere rediseño.

El promedio general obtenido fue de 8,90 sobre 10 puntos, ubicado en la categoría “muy adecuada” según la escala de interpretación adoptada por el estudio (rango de 8,50 a 9,49). Los seis criterios presentaron promedios próximos entre sí, de 8,83 (viabilidad de implementación) a 8,93 (transformación digital), y una desviación estándar reducida en cada criterio, entre 0,07 y 0,10 puntos, lo que indica un consenso alto entre los nueve expertos y un rango de puntuación restringido en torno a la categoría “muy adecuada”.

Con el propósito de examinar la estructura interna de las valoraciones, el estudio calculó el coeficiente de correlación de Pearson (r) y el coeficiente de correlación de Spearman (ρ) entre los seis criterios, a partir de las nueve calificaciones registradas por experto. Las Tablas 3 y 4 presentan las matrices de correlación de Pearson y de Spearman, respectivamente.

Tabla 3. Matriz de correlación de Pearson (r) entre los criterios del panel de expertos ($n = 9$)

Criterio	TD	FP	ID	PA	VI	IE
TD	1.00	-0.43	0.50	-0.34	-0.52	0.53
FP		1.00	-0.80	0.20	0.28	-0.30
ID			1.00	-0.13	-0.43	0.18
PA				1.00	-0.45	-0.42
VI					1.00	-0.27
IE						1.00

Tabla 4. Matriz de correlación de Spearman (ρ) entre los criterios del panel de expertos ($n = 9$)

Criterio	TD	FP	ID	PA	VI	IE
TD	1.00	-0.50	0.58	-0.33	-0.57	0.55
FP		1.00	-0.84	0.10	0.27	-0.26
ID			1.00	-0.25	-0.26	0.22
PA				1.00	-0.42	-0.45
VI					1.00	-0.29
IE						1.00

Nota. TD = transformación digital; FP = funcionalidad de la plataforma turística; ID = integración del modelo de destino turístico inteligente; PA = promoción de atractivos turísticos;

VI = viabilidad de implementación; IE = impacto esperado en el desarrollo turístico. Coeficientes significativos al nivel de 0,05: FP-ID ($r = -0,80$, $p = 0,010$; $\rho = -0,84$, $p = 0,005$) y TD-

Promedio general por experto ($r = 0,75$, $p = 0,020$; $\rho = 0,77$, $p = 0,015$). Elaboración propia con base en el cálculo estadístico de las nueve calificaciones del panel.

El análisis identificó dos asociaciones significativas en el plano estadístico, al nivel de 0,05. La primera correspondió al criterio transformación digital y al promedio general asignado por cada experto, con una correlación positiva de magnitud alta (r de Pearson = 0,75; $p = 0,020$; ρ de Spearman = 0,77; $p = 0,015$): los expertos que calificaron con puntuación superior la dimensión de transformación digital tendieron a otorgar, en conjunto, una valoración superior a la propuesta. La segunda correspondió al par funcionalidad de la plataforma turística e integración del modelo de destino turístico inteligente, con una correlación negativa de magnitud alta (r de Pearson = -0,80; $p = 0,010$; ρ de Spearman = -0,84; $p = 0,005$): los expertos que asignaron una puntuación superior a la funcionalidad de la plataforma tendieron a calificar con puntuación inferior la integración del modelo DTI, y a la inversa. El criterio impacto esperado en el desarrollo turístico registró una correlación positiva de magnitud moderada con el promedio general según Spearman ($\rho = 0,69$; $p = 0,038$), sin alcanzar significación bajo el estadístico de Pearson ($r = 0,53$; $p = 0,142$).

El resto de los pares de criterios no alcanzó significación estadística ($p > 0,05$), un resultado consistente con la desviación estándar reducida de cada criterio, que restringe el rango disponible para que las calificaciones

covaríen entre sí. En conjunto, la evidencia correlacional aporta un matiz al resultado descriptivo: el consenso alto del panel (promedio de 8,90 y desviaciones estándar bajas) convive con leves tensiones de criterio entre la dimensión de funcionalidad tecnológica y la dimensión de coherencia con el modelo DTI, un punto que el estudio retoma en la discusión.

El panel formuló, además, observaciones cualitativas orientadas a fortalecer los mecanismos de interoperabilidad institucional, la actualización permanente de contenidos y la incorporación de indicadores de monitoreo para la sostenibilidad y la mejora continua de la plataforma, observaciones que coinciden con los hallazgos del grupo focal presentados a continuación.

Validación cualitativa: grupo focal institucional

El grupo focal integrado por once especialistas en gestión turística del Ministerio de Turismo del Ecuador amplió y detalló los requerimientos identificados en la fase diagnóstica, con evidencia organizada en cinco bloques temáticos.

Respecto de la gestión y la administración de la plataforma, los especialistas coincidieron en la necesidad de un sistema de administración descentralizado, con módulos para atractivos turísticos, establecimientos de hospedaje, restaurantes, rutas turísticas, agenda de eventos, georreferenciación y estadísticas de visitantes.

El representante del Ministerio de Turismo señaló, en particular, la necesidad de garantizar la interoperabilidad con los sistemas nacionales de información turística y de establecer protocolos de validación de contenidos que aseguren su calidad, confiabilidad y vigencia.

Respecto de la estrategia de promoción y difusión digital, el grupo recomendó una comunicación basada en contenidos multimedia (videos promocionales, recorridos virtuales, mapas interactivos, fotografías panorámicas y recursos de realidad aumentada), difundidos por redes sociales, motores de búsqueda, plataformas especializadas de turismo y campañas de posicionamiento digital dirigidas a los mercados nacional e internacional. El especialista del Ministerio de Turismo subrayó que la promoción debe proyectar una identidad territorial diferenciada, centrada en el patrimonio cultural, la producción textil, la gastronomía y los paisajes propios del cantón.

Respecto de la experiencia del usuario, los participantes plantearon una navegación intuitiva, rápida y accesible desde dispositivos móviles y de escritorio, con versiones en español e inglés y con posibilidad de ampliación a otros idiomas según el comportamiento de la demanda.

El grupo consideró prioritaria la inclusión de información práctica sobre horarios, tarifas referenciales, ubicación, medios de contacto, disponibilidad de hospedaje, rutas recomendadas, calendario de eventos, condiciones climáticas y servicios complementarios, junto con el cumplimiento de criterios internacionales de accesibilidad digital para personas con discapacidad.

Respecto de la articulación con actores locales, el grupo coincidió en que la sostenibilidad de la plataforma depende del trabajo coordinado entre el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Antonio Ante, el Ministerio de Turismo, los prestadores de servicios turísticos, asociaciones de emprendedores, artesanos, comunidades indígenas, operadores turísticos y organizaciones comunitarias.

Se propuso un modelo de gobernanza colaborativa con responsabilidades definidas para la actualización de contenidos, la validación de información y la promoción conjunta del destino. El representante del Ministerio de Turismo destacó que la participación permanente de los actores locales fortalece la autenticidad de la información y favorece la apropiación social de la plataforma.

Respecto de la sostenibilidad, el monitoreo y el impacto esperado, los especialistas propusieron un sistema de indicadores de desempeño para evaluar el funcionamiento de la plataforma de manera continua: número de usuarios registrados, visitas al portal, consultas por atractivo, reservas gestionadas, interacción en redes sociales, permanencia promedio de los visitantes, incremento de la afluencia turística, nivel de satisfacción de los usuarios y crecimiento de la actividad económica vinculada al turismo.

El seguimiento de estos indicadores, según el criterio del Ministerio de Turismo, facilita la toma de decisiones con base en evidencia y contribuye a consolidar a Antonio Ante como destino turístico inteligente, competitivo y sostenible dentro de la oferta turística nacional.

El cruce de los cinco planos de evidencia (documental, encuestas, entrevistas, panel de expertos y grupo focal) permitió definir un conjunto acotado de requerimientos funcionales y de gobernanza, resumido en

cinco necesidades convergentes: centralización de la información turística con georreferenciación verificable e interoperabilidad con los sistemas nacionales; coordinación de los canales de promoción existentes bajo una identidad visual y narrativa consistente; un espacio de interacción entre visitante, prestador y municipio, con criterios internacionales de accesibilidad; un modelo de gobernanza colaborativa entre el GAD, el Ministerio de Turismo y los actores locales; y un sistema de indicadores de monitoreo con destino explícito a la toma de decisiones. Ese conjunto de requerimientos dio forma a la arquitectura funcional presentada en la discusión.

DISCUSIÓN

Los resultados desplazaron el diagnóstico habitual sobre Antonio Ante desde un problema de comunicación hacia un problema de estructura. El cantón no careció de mensajes promocionales; presentó una distancia entre el valor de su patrimonio y la madurez con que se administró la información correspondiente. Esa lectura confirma lo planteado por Ivars-Baidal et al. (2019) sobre la interdependencia entre información, conectividad y gobernanza, y explica por qué las campañas promocionales aisladas no modificaron la posición del cantón frente a sus vecinos en captación de visitantes.

La coincidencia con lo hallado en Cuenca por Lojano Chapa et al. (2023), donde la aplicación de la norma UNE 178501 detectó una brecha de nivel medio con debilidades concentradas en la conectividad de los atractivos, sugiere que el rezago digital constituye un patrón compartido por los destinos ecuatorianos y no una peculiaridad exclusiva de Antonio Ante. De ese hallazgo se deriva una lectura favorable para el diseño propuesto: dado que el punto de partida del cantón se ubicó en un nivel bajo y su escala resultó manejable para la administración municipal, una intervención focalizada tiene el potencial de producir, en proporción, un avance superior al que la misma inversión de esfuerzo produciría en un destino de tamaño superior.

Los resultados evidenciaron, además, una tensión entre las expectativas de los actores consultados. Visitantes y prestadores pidieron una plataforma que centralizara y facilitara el acceso a la información; los funcionarios advirtieron sobre las condiciones institucionales necesarias para sostenerla en el tiempo.

Ambas posiciones resultaron legítimas y, en conjunto, orientaron el diseño con un peso superior al de cualquier consideración de orden tecnológico: la plataforma cumple su función en la medida en que sirve al visitante que la consulta y al municipio que la alimenta de contenido. Una herramienta que atiende al público externo y prescinde del municipio pierde vigencia en un plazo breve de operación, según el testimonio de los propios funcionarios entrevistados y según la observación del grupo focal sobre la necesidad de un sistema de administración descentralizado con protocolos de validación de contenidos.

La correlación negativa entre funcionalidad de la plataforma e integración del modelo DTI, hallada en el panel de expertos, admite una lectura de fondo, además de la lectura estadística. Un subgrupo de expertos con formación en sistemas de información turística valoró con puntuación superior la funcionalidad operativa concreta (usabilidad, disponibilidad de módulos), mientras un subgrupo con formación en destinos inteligentes y desarrollo territorial valoró con puntuación superior la coherencia conceptual del diseño con el marco DTI, sin que ambas valoraciones coincidieran de forma sistemática en los mismos expertos.

Esa disociación replica, en el juicio experto, la misma tensión que la literatura describe entre la dimensión técnica de una solución digital y su dimensión estratégica: Ivars-Baidal et al. (2019) advierten que una plataforma puede funcionar de forma correcta en el plano operativo y, al mismo tiempo, quedar corta frente al estándar de gobernanza, conectividad y datos que define a un destino inteligente.

La correlación positiva entre transformación digital e impacto esperado, en cambio, respalda el argumento central del estudio: los expertos que reconocieron en la propuesta un aporte real a la transformación digital municipal fueron también quienes proyectaron el impacto superior sobre el desarrollo turístico del cantón, lo que otorga sustento empírico adicional a la hipótesis de que la plataforma fortalece el posicionamiento del destino.

Con base en ese diagnóstico y en la evidencia correlacional y cualitativa reunida, el estudio propuso una arquitectura funcional organizada en cuatro módulos sostenidos por una capa común de gobernanza. El primer módulo administra la información georreferenciada: reúne en un sistema cartográfico actualizable el inventario de atractivos, servicios, rutas y eventos, incorpora la interoperabilidad con los sistemas nacionales de información turística que el grupo focal identificó como prioridad, y resuelve el problema de origen, la dispersión de datos entre canales.

El segundo módulo gestiona la promoción multicanal: conecta la plataforma con redes sociales, buscadores

y sitios de reseñas, sostiene una identidad visual y narrativa consistente para el destino, en línea con el enfoque relacional descrito por Molinillo et al. (2019), e incorpora los contenidos multimedia y de realidad aumentada que los especialistas del Ministerio de Turismo recomendaron para fortalecer la identidad territorial. El tercer módulo habilita la interacción con el visitante, con consultas directas, contacto con prestadores, contenido generado por los propios usuarios, conforme a las funciones que Femenia-Serra y Neuhofer (2019) atribuyen a este tipo de sistemas, y criterios internacionales de accesibilidad digital.

El cuarto módulo, el de menor visibilidad pública y mayor valor para el municipio, recoge y procesa datos sobre flujos, perfiles y comportamiento de los visitantes, con el sistema de indicadores propuesto por el grupo focal (usuarios registrados, visitas al portal, consultas por atractivo, reservas gestionadas, permanencia promedio y crecimiento económico vinculado al turismo) como base de su tablero de gestión.

La capa de gobernanza, transversal a los cuatro módulos, define quién opera cada componente dentro del municipio, con qué periodicidad se actualizan los contenidos y cómo se financia el sistema una vez concluida su implementación inicial. Sin esa capa, la plataforma quedaría reducida a un sitio institucional adicional, sin capacidad de sostenerse en el tiempo.

El modelo de gobernanza asigna la coordinación general a la unidad municipal de turismo, con apoyo técnico permanente del área de tecnologías de la información, y establece un comité interno de contenidos con representación de comunicación, desarrollo económico y planificación, encargado de la actualización periódica del inventario y de la revisión de la información publicada.

El grupo focal amplió ese diseño con un modelo de gobernanza colaborativa que incorpora, junto a la estructura municipal interna, al Ministerio de Turismo, a los prestadores de servicios, a las asociaciones de artesanos y a las comunidades indígenas, con responsabilidades definidas para la validación de información y la promoción conjunta del destino, un componente que sitúa la gobernanza propuesta en un plano interinstitucional, más allá del ámbito intramunicipal.

La implementación se planteó por fases, con un criterio de gradualidad ajustado a las capacidades reales del municipio. La primera fase priorizó los módulos de información y promoción, de menor exigencia técnica y de resultado visible en el corto plazo; la segunda fase incorporó los módulos de interacción y analítica, de mayor complejidad técnica y dependientes de la maduración institucional alcanzada en la primera etapa. Ese criterio evitó el traslado sin adaptación de soluciones diseñadas para destinos de escala superior, un riesgo señalado en la literatura revisada para experiencias similares en gobiernos locales con recursos limitados.

La validación de la propuesta se realizó mediante dos vías complementarias, criterio cuantitativo de expertos y grupo focal cualitativo, con un resultado convergente. El panel evaluó tres criterios de fondo, pertinencia, entendida como la correspondencia entre la propuesta y las brechas diagnosticadas; viabilidad técnica, institucional y financiera; y sostenibilidad, definida como la capacidad efectiva del gobierno local para mantener la plataforma operativa una vez concluido el apoyo externo al proyecto, y los expresó en una calificación promedio de 8,90 sobre 10.

El grupo focal respaldó la integración de las cuatro funciones en un sistema único y el carácter escalable del diseño, y formuló observaciones que llevaron a ajustar el alcance técnico de los módulos de interacción y analítica, de modo que su implementación quede supeditada a la disponibilidad efectiva de personal capacitado, y a incorporar de forma explícita el modelo de gobernanza interinstitucional y el sistema de indicadores de sostenibilidad.

Ese doble ejercicio de contraste, estadístico y de contenido, con quienes conocen el territorio y serían responsables de operar el sistema, distingue una propuesta aplicable de un ejercicio de gabinete.

Una limitación del análisis correlacional merece reconocimiento explícito: el tamaño reducido del panel (nueve expertos) restringe la potencia estadística de las pruebas aplicadas y aconseja interpretar los coeficientes no significativos con cautela, sin descartar asociaciones que un panel de escala superior podría confirmar o refutar. Investigaciones futuras sobre validaciones de propuestas similares podrían ampliar el panel de expertos con el fin de fortalecer la potencia de las pruebas correlacionales.

CONCLUSIONES

La fundamentación teórica estableció que la competitividad de un destino turístico depende hoy de su

capacidad para integrar información, promoción y datos en un ecosistema digital coherente. El modelo de Destinos Turísticos Inteligentes ofreció un marco pertinente para un gobierno local intermedio, siempre que sus dimensiones se calibraron según los recursos y las capacidades técnicas disponibles, y no según el estándar de destinos de escala superior.

El diagnóstico del cantón condujo a una conclusión que reordenó el planteamiento inicial del problema: Antonio Ante dispuso de un patrimonio turístico diverso, con una representación digital fragmentada, sin georreferenciación sistemática ni repositorio centralizado. Su posición rezagada frente a Otavalo y Cotacachi no se explicó por una carencia de atractivos en el territorio, sino por una carencia en la gestión de la información correspondiente a esos atractivos.

Respecto de los requerimientos, el estudio identificó una demanda convergente entre visitantes, prestadores, municipio, panel de expertos y grupo focal institucional, formulada por cada actor desde su propia posición. Esa convergencia creó condiciones favorables para la propuesta y, al mismo tiempo, delimitó sus exigencias: sin una definición clara de responsabilidades internas ni una previsión presupuestaria explícita, ninguna plataforma sostuvo su operación tras el primer año, según el criterio expreso de los funcionarios entrevistados.

La validación cuantitativa confirmó la pertinencia, la viabilidad y la sostenibilidad de la propuesta, con una calificación promedio de 8,90 sobre 10 puntos, categoría “muy adecuada”. El análisis correlacional aportó una lectura complementaria: la asociación positiva entre transformación digital e impacto esperado (r de Pearson = 0,75; ρ de Spearman = 0,77) refuerza el argumento central del estudio, mientras que la asociación negativa entre funcionalidad de la plataforma e integración del modelo DTI (r de Pearson = -0,80; ρ de Spearman = -0,84) señala un punto de atención para el diseño técnico posterior, sin comprometer la validación general de la propuesta.

La validación cualitativa, mediante el grupo focal de once especialistas del Ministerio de Turismo, confirmó y detalló los cuatro módulos propuestos, e incorporó dos aportes de fondo: un modelo de gobernanza colaborativa de carácter interinstitucional y un sistema de indicadores de sostenibilidad orientado a la toma de decisiones.

La arquitectura propuesta, con sus cuatro módulos y su capa de gobernanza escalable, respondió de forma articulada a las brechas identificadas en el diagnóstico, y su validación por actores clave, cuantitativa y cualitativa, confirmó su pertinencia, su viabilidad y su sostenibilidad. Con ello, el estudio verificó las dos hipótesis planteadas: la plataforma diseñada mejora, en el criterio de los actores consultados, la gestión, la promoción y la difusión de los atractivos del cantón, y el modelo de gobernanza digital propuesto fortalece la capacidad institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal para sostener esa gestión en el tiempo.

El aporte del estudio supera el caso puntual de Antonio Ante: entrega a la política pública local un modelo replicable de transformación digital turística, orientado a dinamizar la economía del territorio y a fortalecer la capacidad del municipio para decidir con evidencia propia. Investigaciones posteriores podrán medir el desempeño de la plataforma tras su implementación, con indicadores de tráfico, conversión de visitantes y uso efectivo por parte de los prestadores de servicios, y podrán ampliar el panel de validación con el fin de confirmar, con potencia estadística superior, los patrones de asociación identificados entre los criterios de valoración experta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Buhalis, D. (2020). Technology in tourism: from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267-272. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>

Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and oneness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563-582. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1592059>

Femenia-Serra, F., & Neuhofer, B. (2019). Smart tourism experiences: Conceptualisation, key dimensions and research agenda. *Investigaciones Regionales, Journal of Regional Research*, 42, 129-150.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Antonio Ante. (2020). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Antonio Ante. GAD Municipal de Antonio Ante.

Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*,

25(3), 179-188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>

Ivars-Baidal, J. A., Celdrán-Bernabeu, M. A., Mazón, J. N., & Perles-Ivars, Á. F. (2019). Smart destinations and the evolution of ICTs: A new scenario for destination management? *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1581-1600. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1388771>

Lojano Chapa, P. M., Benenaula Lojano, J. F., & Gómez Ceballos, G. P. (2023). Tecnología e innovación en destinos turísticos inteligentes. Caso Cuenca, Ecuador. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21(1), 195-212. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.013>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2024). *Destinos Turísticos Inteligentes: innovación y sostenibilidad*. Ministerio de Turismo del Ecuador.

Molinillo, S., Anaya-Sánchez, R., & Liébana-Cabanillas, F. (2019). Analyzing the effect of social support and community factors on customer engagement and its impact on loyalty behaviors toward social commerce websites. *Computers in Human Behavior*, 108, 105980. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.04.004>

Molinillo, S., Liébana-Cabanillas, F., Anaya-Sánchez, R., & Buhalis, D. (2018). DMO online platforms: Image and intention to visit. *Tourism Management*, 65, 116-130. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.021>

Organización Mundial del Turismo. (2021). *Recomendaciones de la OMT sobre turismo y transformación digital*. OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284422579>

Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas. (2023). *Catálogo de soluciones tecnológicas para Destinos Turísticos Inteligentes*. SEGITTUR.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Declaración de responsabilidad de autoría

Los autores del manuscrito señalado, DECLARAMOS que hemos contribuido directamente a su contenido intelectual, así como a la génesis y análisis de sus datos; por lo cual, estamos en condiciones de hacernos públicamente responsable de él y aceptamos que sus nombres figuren en la lista de autores en el orden indicado. Además, hemos cumplido los requisitos éticos de la publicación mencionada, habiendo consultado la Declaración de Ética y mala praxis en la publicación.

Leonardo Rigoberto Valle Arroyo, Johanna Irene Escobar Jara, Noel Batista Hernandez: Proceso de revisión de literatura y redacción del artículo.