



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS

INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Diversificación del mercado turístico del cantón San Miguel de los Bancos

Cajas Tupiza, María José; Cevallos Troya, María José; Chuquian Yaguache, Dayana Yadira; Cisneros Guerrero, Martín Alejandro; Guzmán Cuascota, Heidy Yadira; Parra Sarango, Jessica Jessenia; Pilligua Pin, Edisson Manuel; Rodríguez Falconí, Valeria Sofía y Verdezoto Muñoz, Ibeth Alejandra

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de licenciatura en Turismo

Trabajo de integración curricular, previo a la obtención de Licenciada/o en Turismo

Ing. Rea Dávalos, Martha Patricia, MBA

26 de Agosto de 2022

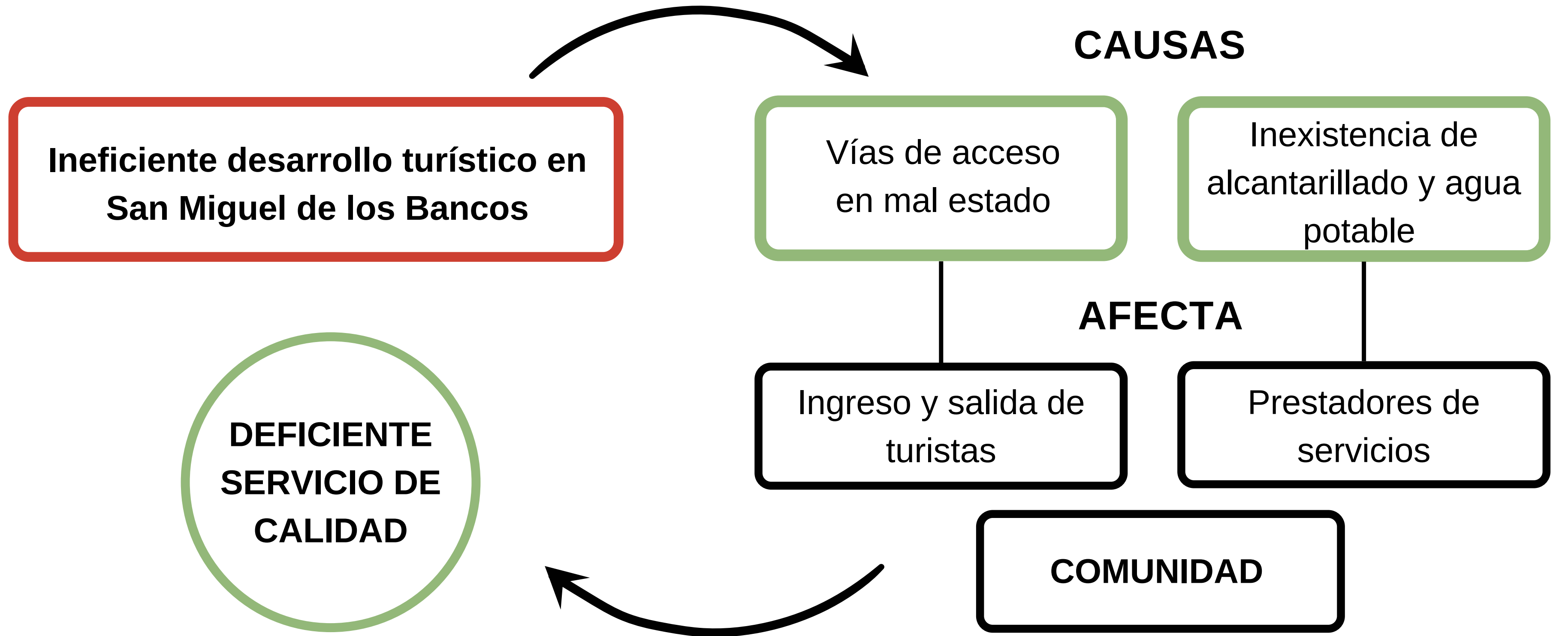


# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS

INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

# PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



## OBJETIVOS GENERAL

- ➔ **Analizar el mercado turístico del cantón San Miguel de los Bancos**



## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ➔ **Diagnosticar la situación actual del cantón**
- ➔ **Investigar los atractivos naturales y culturales del cantón**
- ➔ **Diseñar rutas con actividades para la difusión del turismo del cantón**



# MARCO TEÓRICO

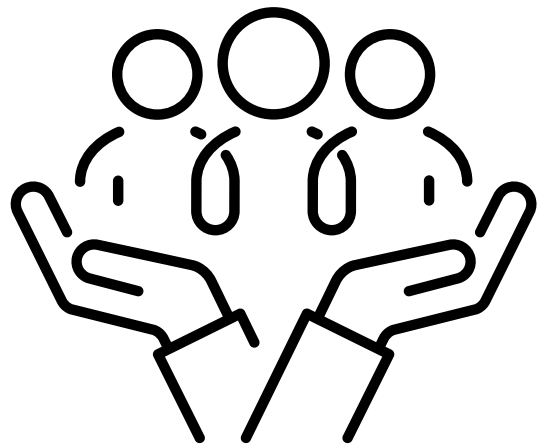




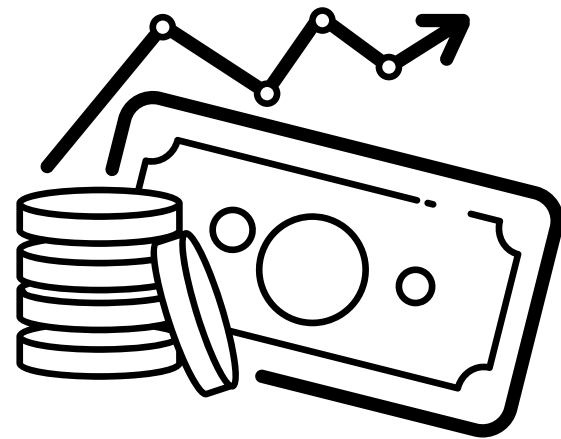
# INTRODUCCIÓN MARCO TEÓRICO

TEORÍA DEL  
DESARROLLO  
SOSTENIBLE

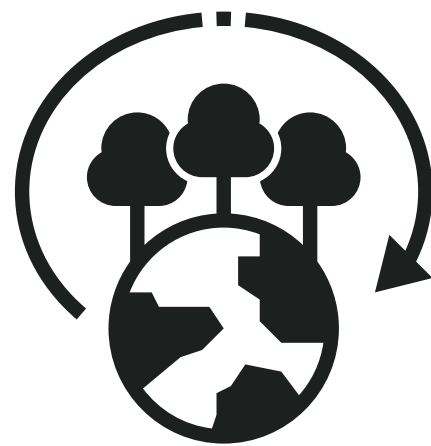
## DIMENSIONES



*Dimensión  
Social*



*Dimensión  
Económica*



*Dimensión  
Ambiental*

TEORÍA DE SISTEMAS

## SISTEMA TURÍSTICO DE MOLINA



*Superestructura*



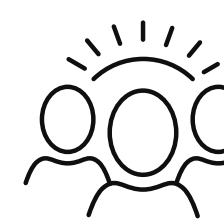
*Atractivos*



*Demanda*



*Infraestructura*



*Comunidad*



*Equipamiento e instalaciones*



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

# MARCO REFERENCIAL



**OBSERVATORIO  
TURÍSTICO DE MÁLAGA**

**OBSERVATORIO  
TURÍSTICO DE CATALUÑA**



**OBSERVATORIO TURÍSTICO  
DE GUANAJUATO**



**OBSERVATORIO TURÍSTICO  
REGIÓN SUR**

**UTPL** OBSERVATORIO TURISTICO  
REGIÓN SUR DEL ECUADOR

**OBSERVATORIO TURÍSTICO  
DE GALÁPAGOS**



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

# DISEÑO METODOLÓGICO



# SITUACIÓN GEOGRÁFICA DEL LUGAR DE ESTUDIO

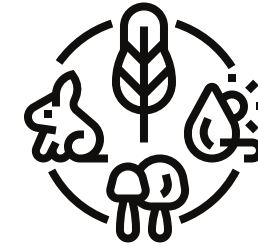
## Ubicación del cantón San Miguel de los Bancos



## Cantón de las Orquídeas

**Provincia:** Pichincha      **Parroquias:** San Miguel de los Bancos y Mindo  
**Extensión:** 858,50 km<sup>2</sup>

## Ecosistemas



- Bosque siempreverde piemontano
- Bosque siempreverde montano bajo
- Bosque de neblina montano
- Bosque siempreverde montano alto

## Atractivos



- Cascada del Amor
- Santuario de las cascadas y Tarabita de Mindo
- Bosque Protector Mindo-Nambillo
- Mirador Río Blanco.
- Milpe Santuario de Aves



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

# DISEÑO METODOLÓGICO



## METODOLOGÍA MIXTA

*Integran los métodos cuantitativos y cualitativos.*



*Permite ampliar la magnitud de análisis, tomando las fortalezas de cada método y combinándolos para minimizar errores.*

## METÓDO CUALITATIVO

*Orientado a explicar datos descriptivos. Busca resolver los problemas mediante un análisis profundo.*



## METÓDO CUANTITATIVO

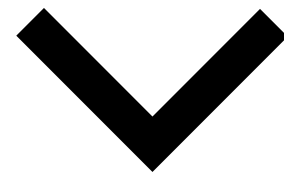
*Metódo empírico-analítico es imparcial, permite medir y asignar un número. Confiable y fácil de entender.*



# POBLACIÓN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N Z^2 p q}{d^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

## TAMAÑO DE LA MUESTRA COMUNIDAD LOCAL



N= 33061 personas  
Z= 95% de confianza (1,96)  
d= 8% (0,08)  
p= 0,50 y q= 0,50  
n= 149,38

*La encuesta se aplicó a 149 residentes*

## TAMAÑO DE LA MUESTRA TURISTAS



N= 15266 turistas  
Z= 91% de confianza (1,70)  
d= 6% (0,06)  
p= 0,50 y q= 0,50  
n= 198,10

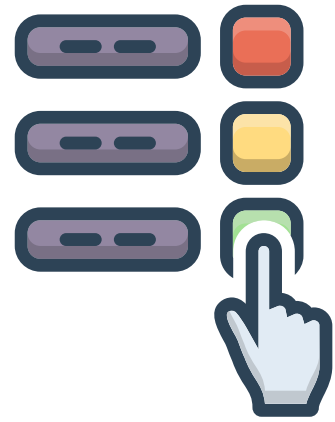
*La encuesta se aplicó a 198 turistas*





# INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

## ENCUESTAS



- *Técnica eficaz y rápida de obtener datos*
- *Posibilidad de aplicar masivamente*



## ENTREVISTAS

- *Herramienta muy útil para obtener datos*
- *Se obtiene información más completa y profunda*



## FICHA DE ATRACTIVOS



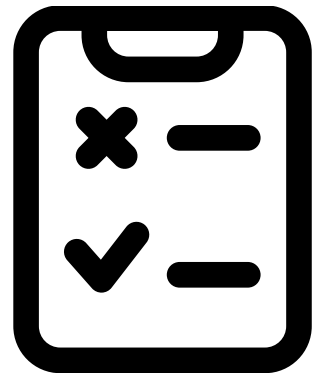
- *Utilizadas para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos*
- *Aplicadas a diversos atractivos para registrar datos relevantes y nuevos.*



# PROCEDIMIENTO DE TOMA DE DATOS

Se realizaron in situ

ENCUESTAS



***Turistas:** Se visitó lugares con gran afluencia.*

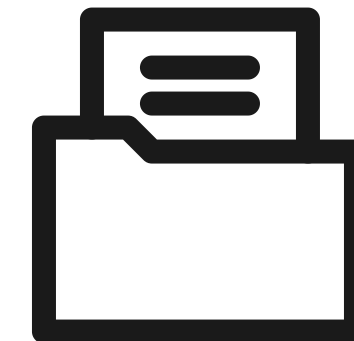
***Comunidad:** Aplicada a varios prestadores de servicios y residentes*

ENTREVISTAS



- *Técnica de la Jefatura de Turismo del cantón*
- *Vicepresidente del GAD de Mindo*
- *3 prestadores de servicios*

FICHAS



*Técnica de **observación** en los atractivos seleccionados*

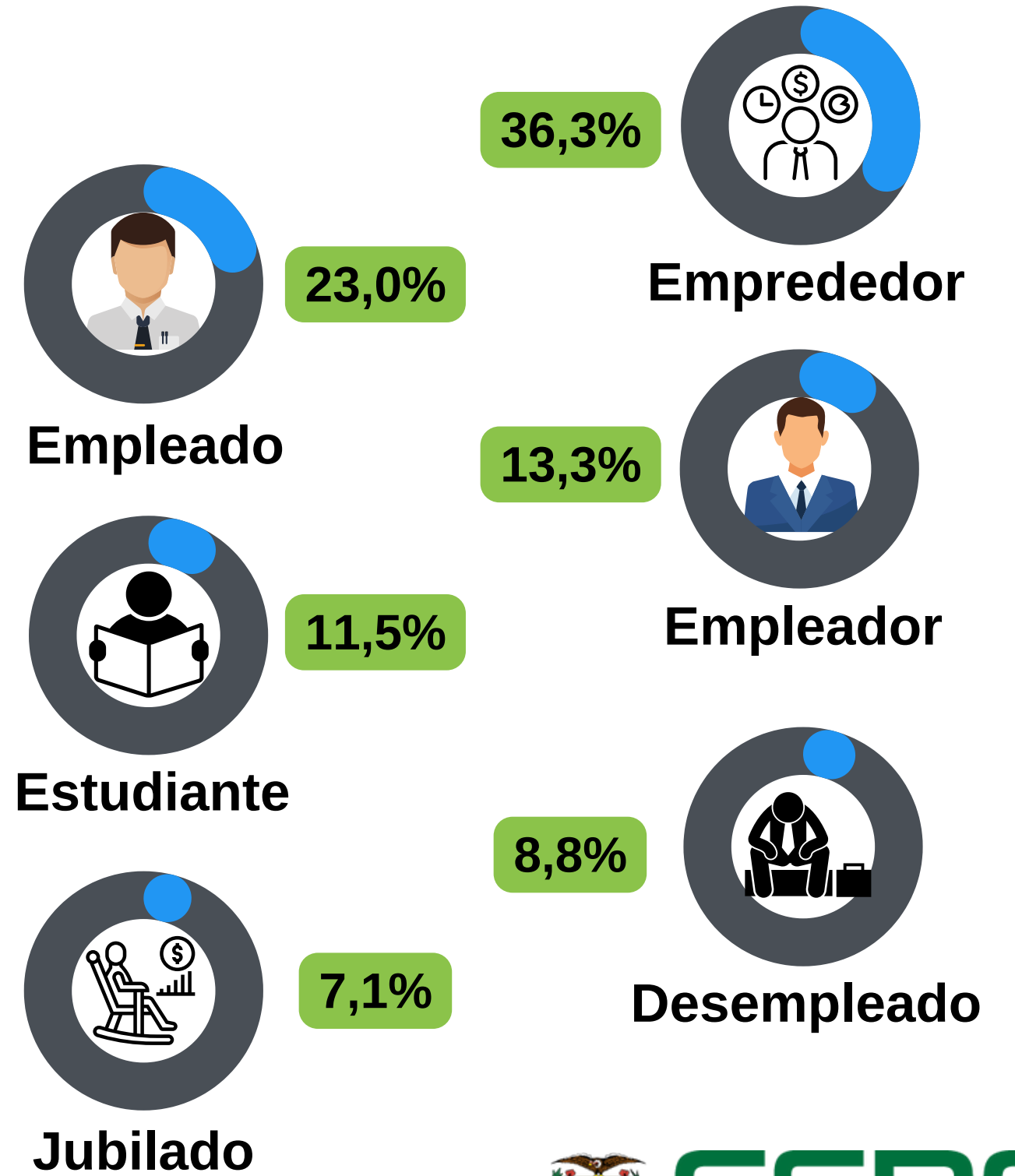
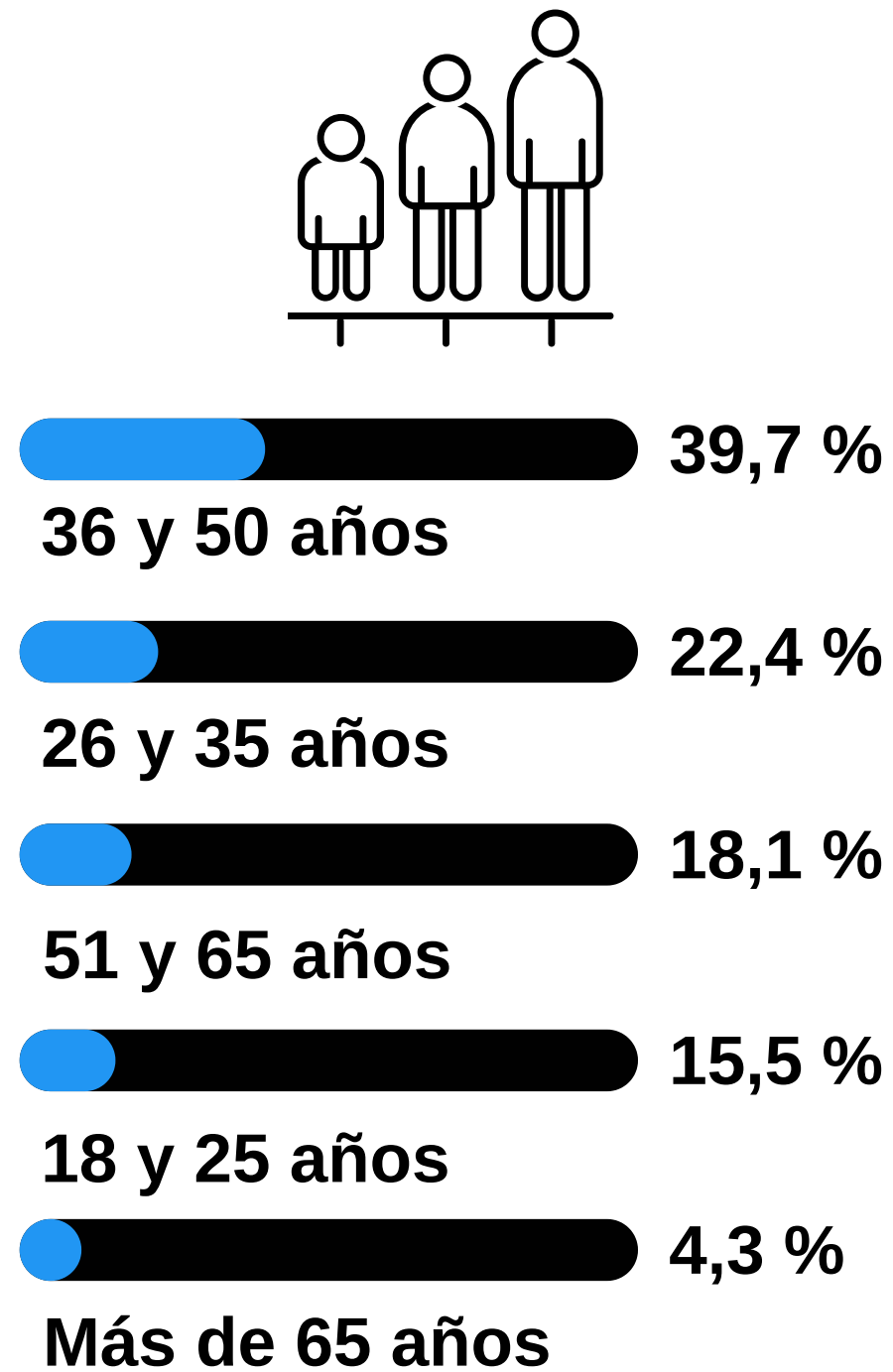
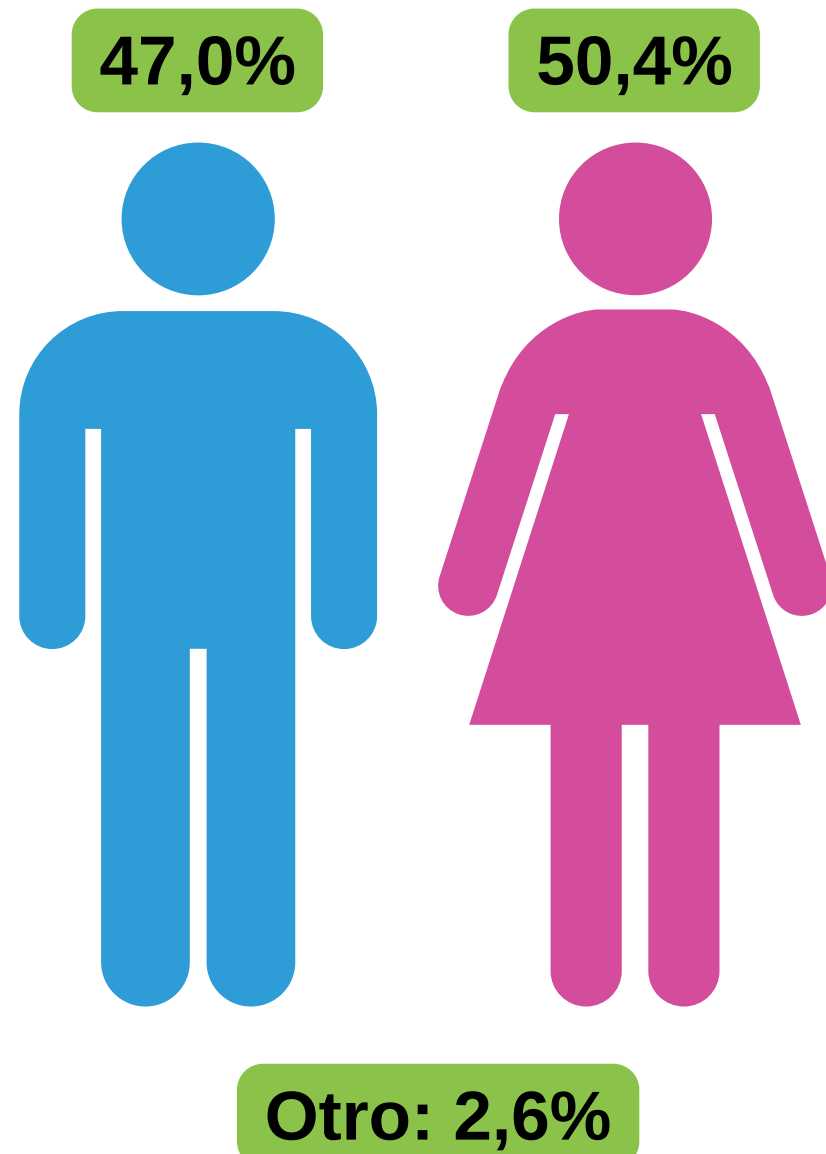




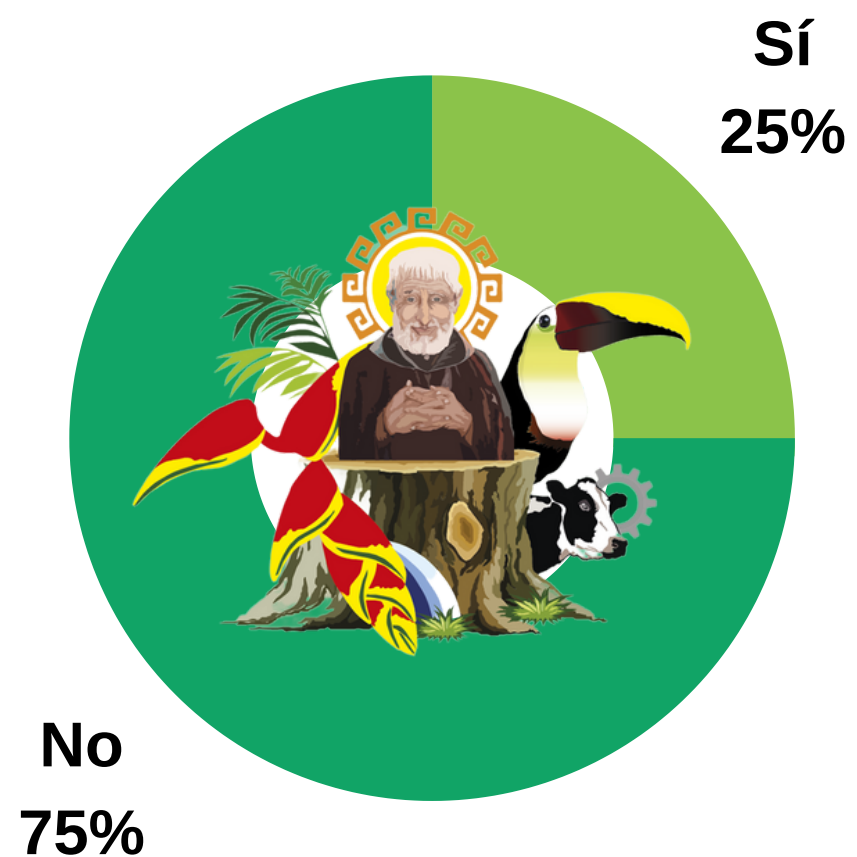
# ANÁLISIS DE DATOS



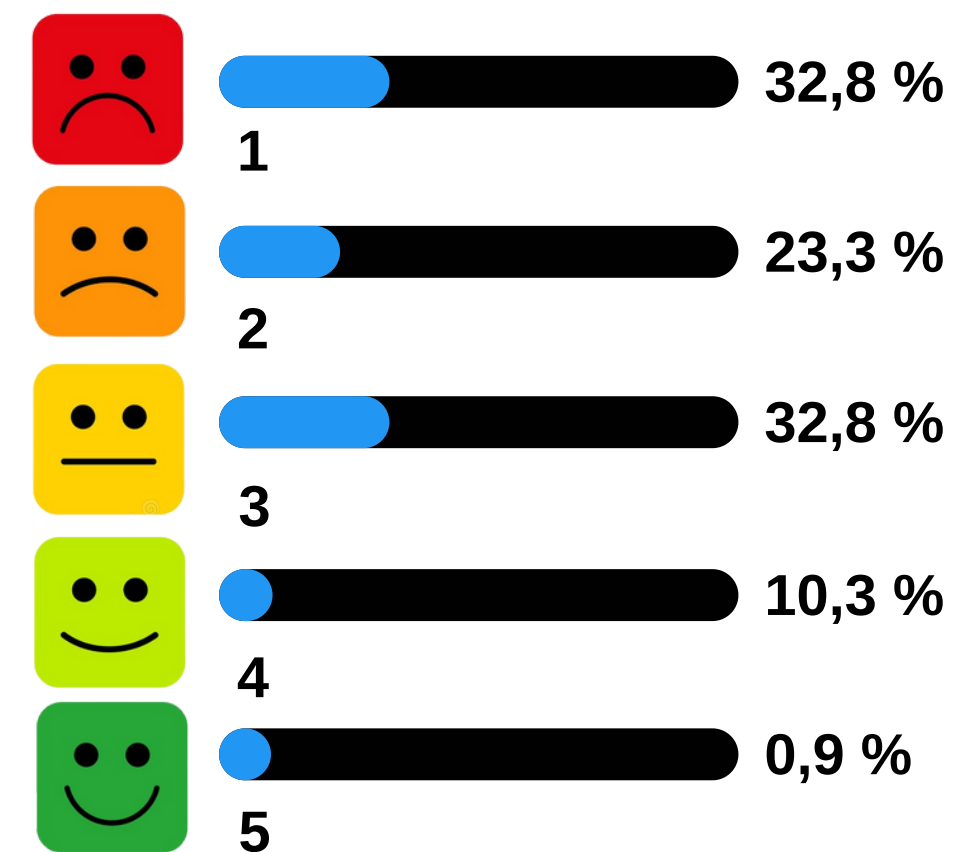
# ENCUESTA DIRIGIDA A LA COMUNIDAD DE SAN MIGUEL DE LOS BANCOS



**¿Conoce usted el potencial turístico que posee San Miguel de los Bancos?**



**¿Cuán satisfecho se encuentra con el involucramiento de las autoridades en el desarrollo y promoción de la actividad turística?**



**¿Por cuál de las siguientes razones considera que NO se ha aprovechado correctamente el sector turístico?**



65,2%

Carencia de apoyo gubernamental



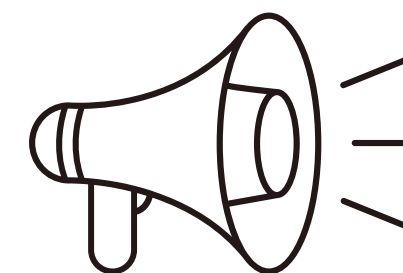
37,5%

Desconocimiento en temas de turismo



33,9%

Escasez de conectividad y comunicación



29,5%

Limitada promoción turística del cantón



24,1%

Deficiencia en servicios turísticos

*¿De qué manera cree usted que un proyecto turístico podría beneficiar la comunidad de San Miguel de los Bancos?*



60,3%

Desarrollo  
Económico



58,6%

Mitigar el impacto  
ambiental

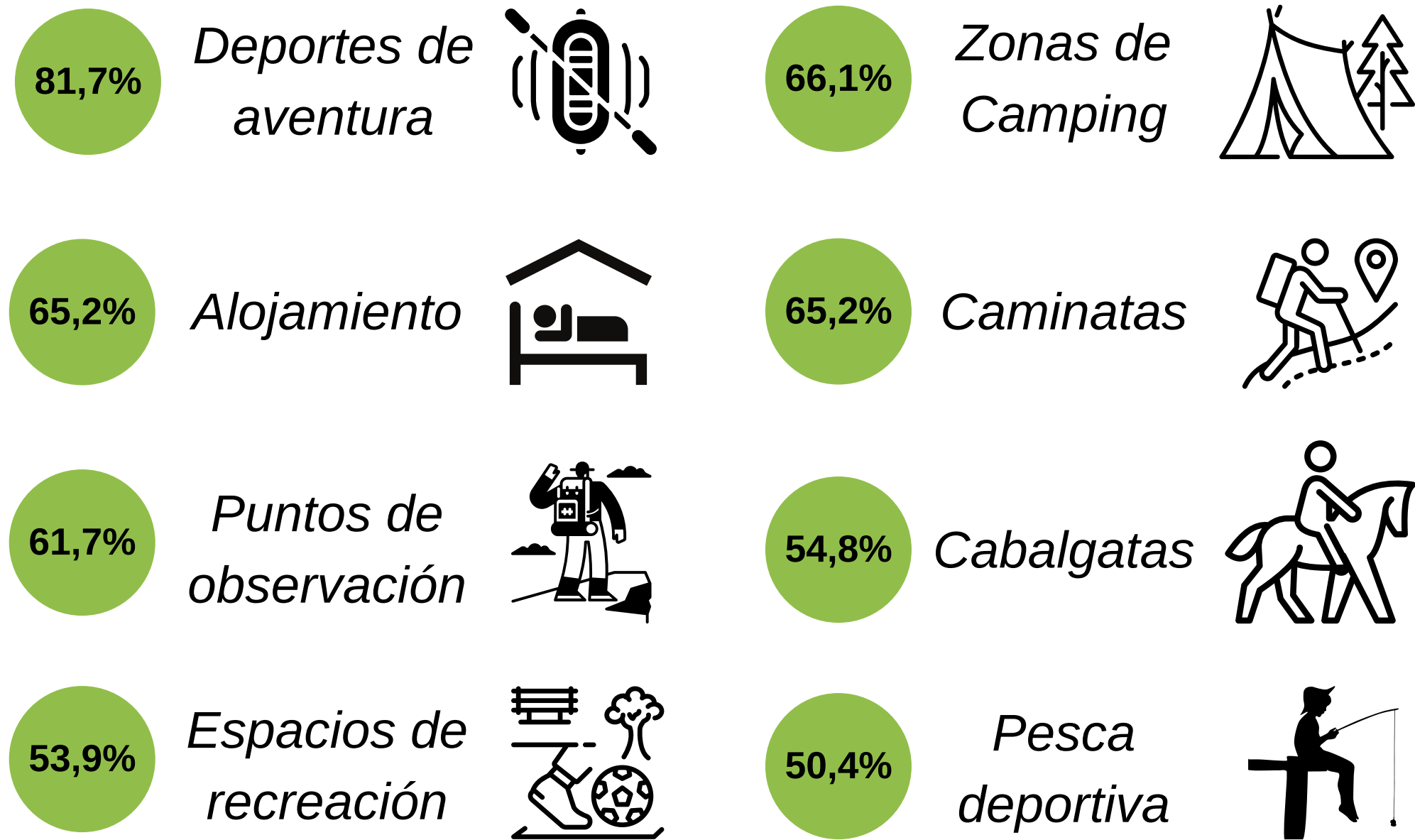


50,0%

Desarrollo  
Sociocultural



**¿Qué servicios turísticos cree usted que puede ofrecer la comunidad de San Miguel de los Bancos a todos sus visitantes?**



**¿Cree usted que si los atractivos y servicios turísticos se ofrecen a través de redes sociales incrementaría el número de visitantes?**





***¿Qué atractivos considera usted que son los más adecuados para desarrollar turísticamente el cantón?***

**Tarabita de Mindo**



**Cascada Río Nambillo**



**Ashiringa Reserva Ecológica**



**Milpe Santuario de Aves**



**El Quetzal**



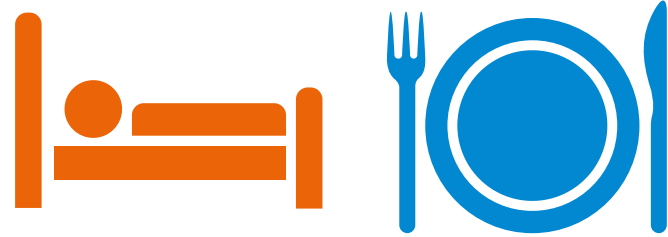
**Bosque Protector Mindo-Nambillo**



**Mariposas de Mindo**



## ¿Usted cuenta con un emprendimiento relacionado al sector turístico?



57,8%



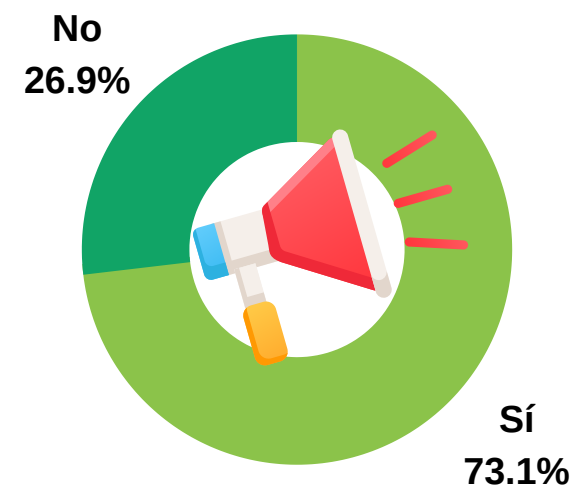
42,2%



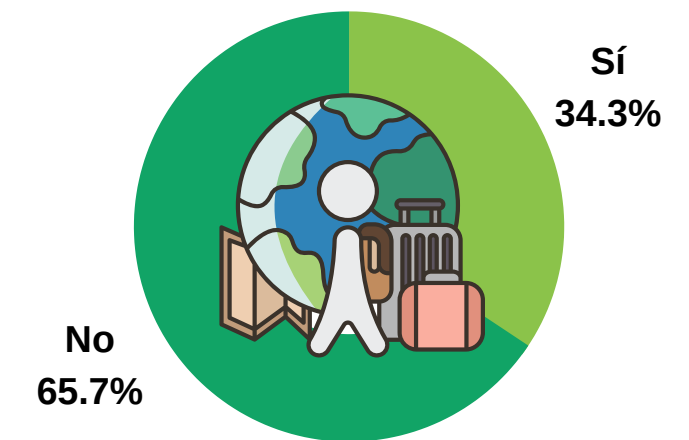
¿Considera que su emprendimiento cuenta con apoyo por parte de las autoridades?



¿Considera que su emprendimiento se ha visto beneficiado por el turismo?



¿Considera que su emprendimiento cuenta con la promoción adecuada?



# ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS DE SAN MIGUEL DE LOS BANCOS



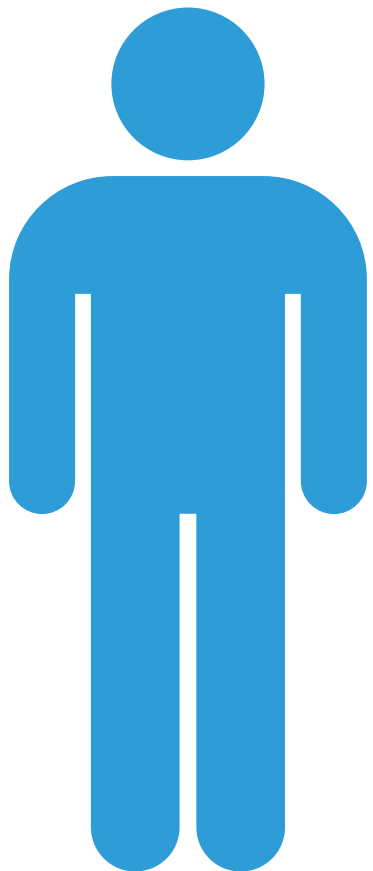
Extranjero  
28.8%



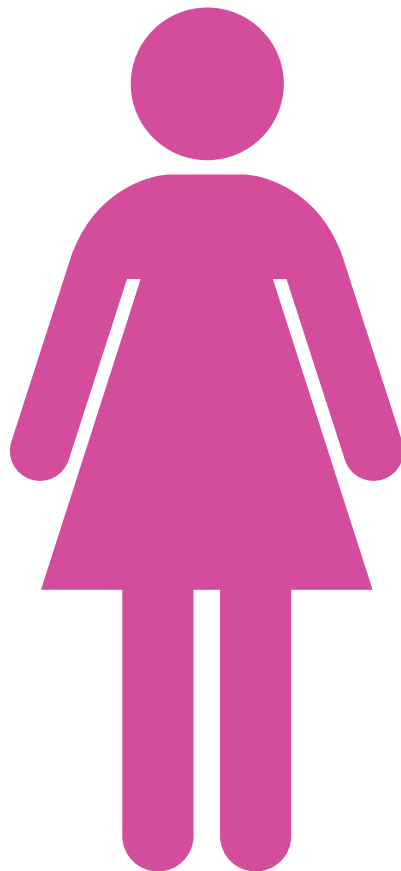
Nacional  
71.2%



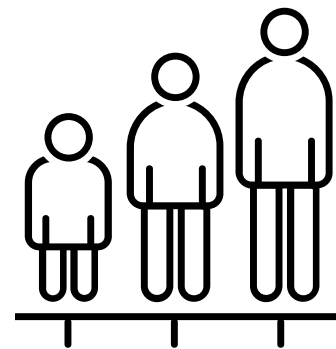
41,8%



57,5%



Otro: 0,7%



56,5 %

15 y 25 años

24,6 %

26 y 35 años

11,6 %

36 y 45 años

7,5 %

46 y 65 años

0 %

Más de 65 años





**Primaria**



0,0%

**Secundaria**



17,7%

**Tercer nivel**



74,1%

**Cuarto nivel**



8,2%



54,4%

**Estudiante**

23,1%



**Empleado Privado**



10,2%

**Empleado Público**

8,2%



**Emprendedor**



4,1%

**Jubilado**



50,4 %

Entre \$0 a \$225

13,3 %

Más de 1000

12,6 %

Entre \$426 a \$625

10,4 %

Entre \$826 a \$1000

6,7 %

Entre \$226 a \$425

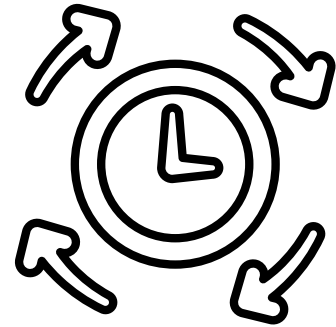
6,7 %

Entre \$626 a \$825

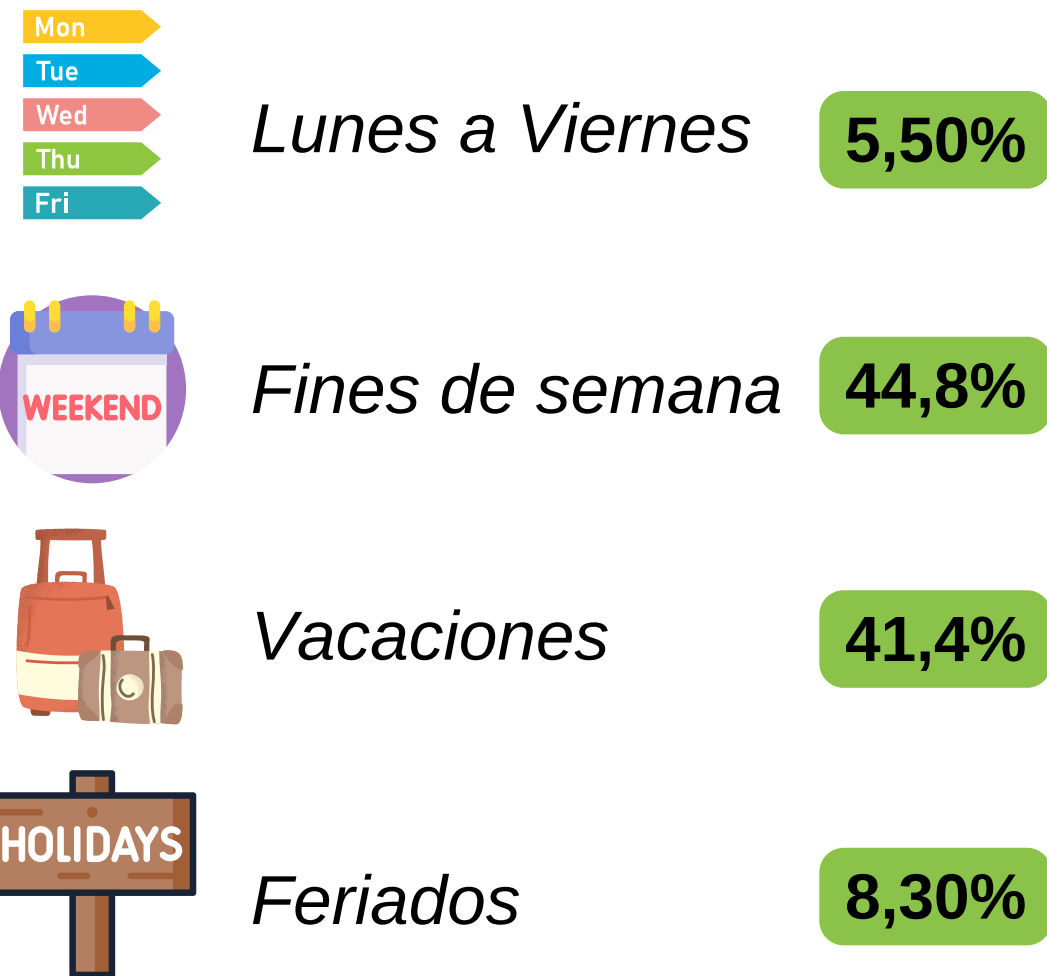


**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

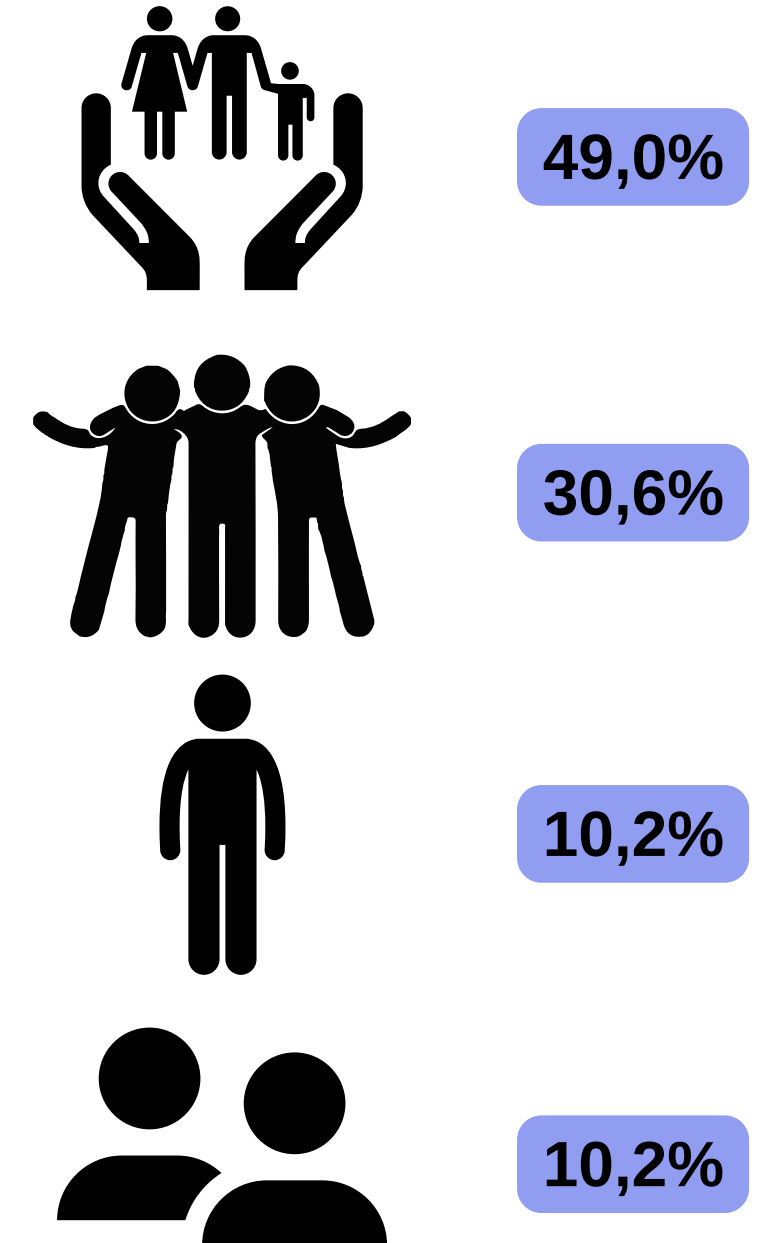
## ¿Con qué frecuencia visita el cantón?



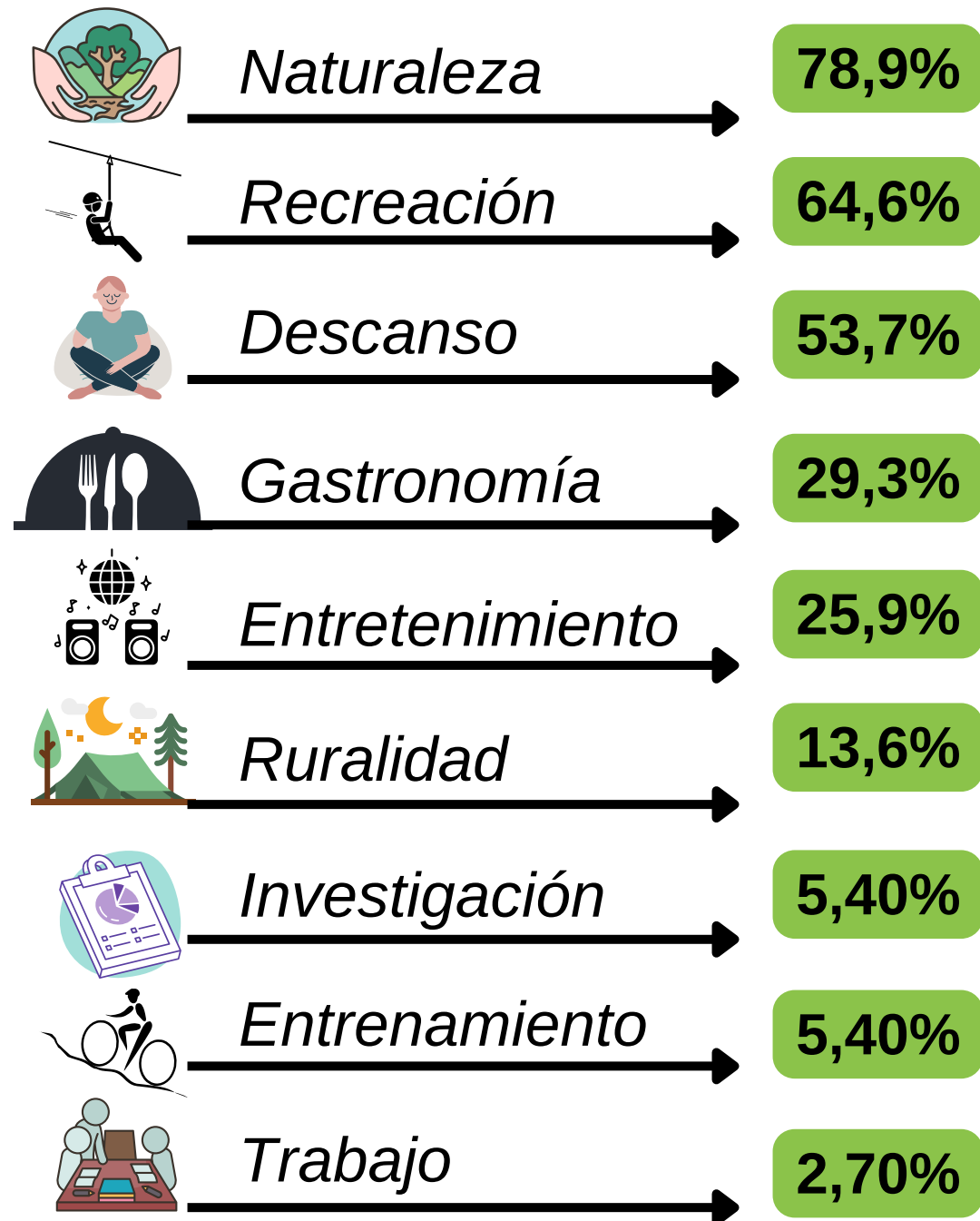
## ¿En qué temporadas prefiere visitar el cantón?



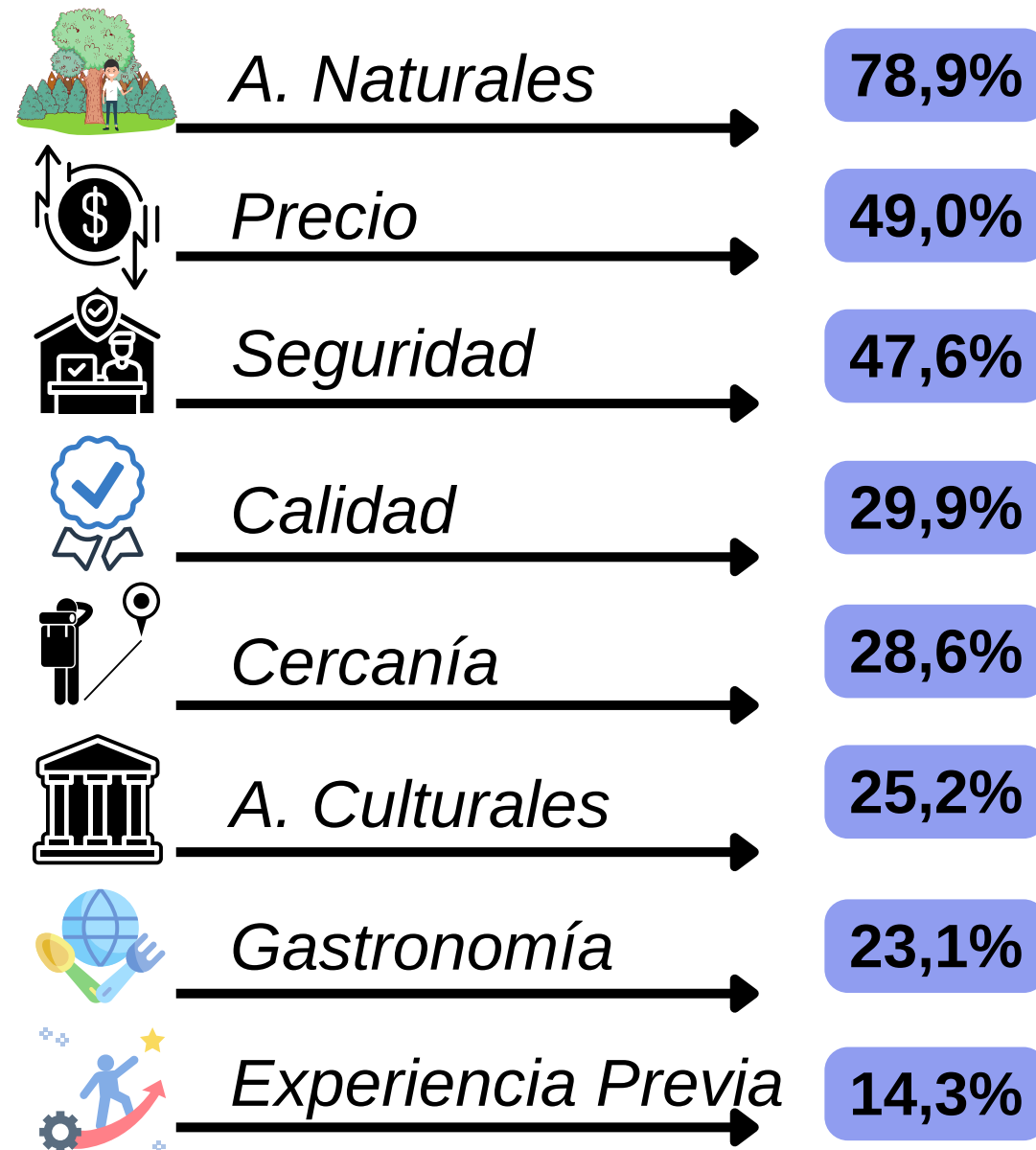
## Usualmente cuando visita el cantón ¿Con quiénes lo realiza?



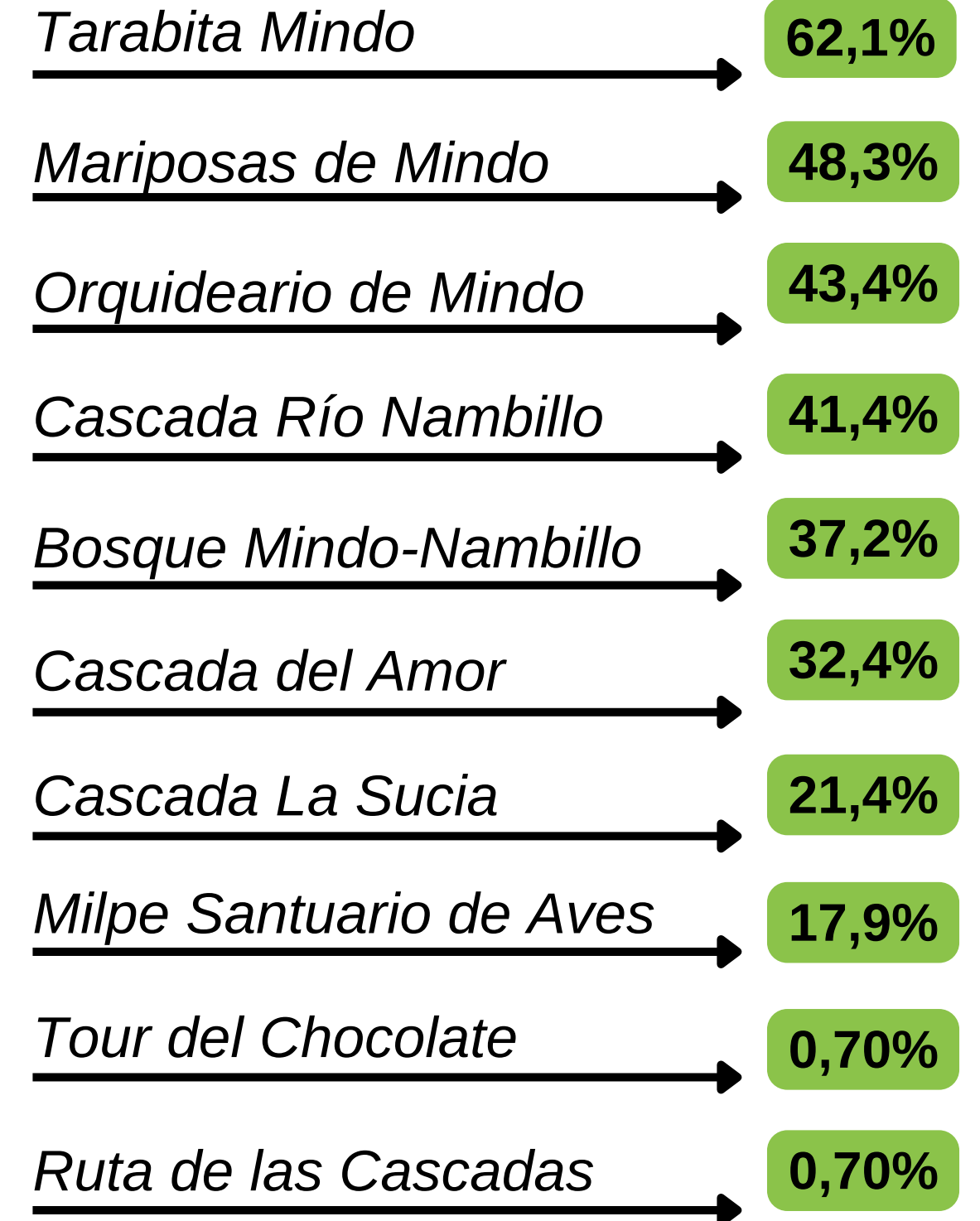
**¿Cuál es la razón de su visita al cantón San Miguel de Los Bancos?**



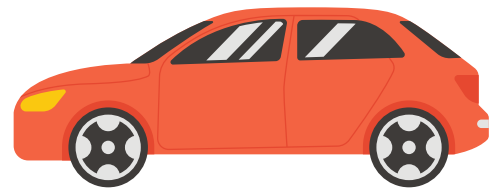
**¿Qué toma en consideración al momento de realizar un viaje?**



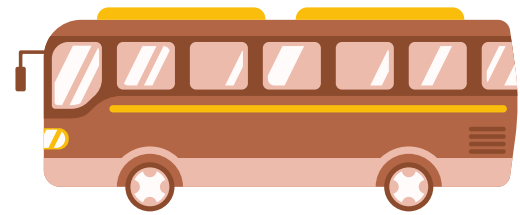
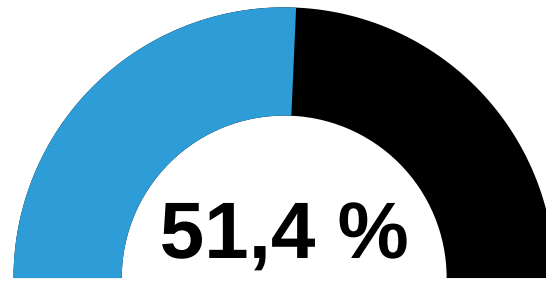
**El cantón posee diferentes atractivos turísticos ¿Cuáles le gustaría conocer o ya conoce?**



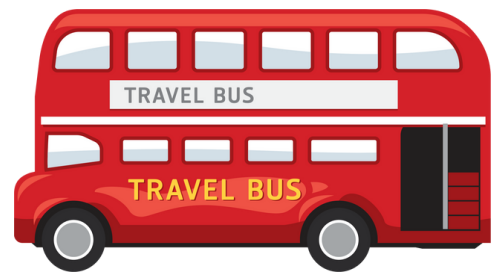
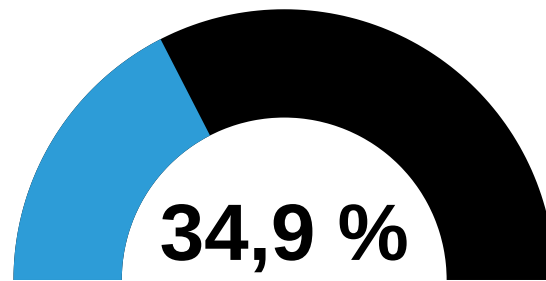
¿A través de que medio de transporte se desplaza al cantón San Miguel de Los Bancos?



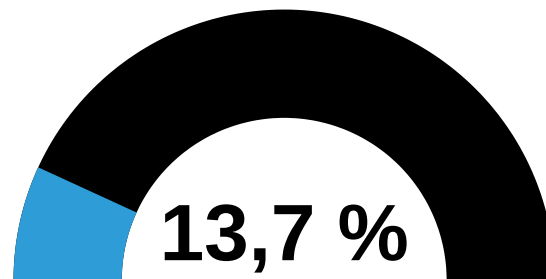
Privado/Propio



Público

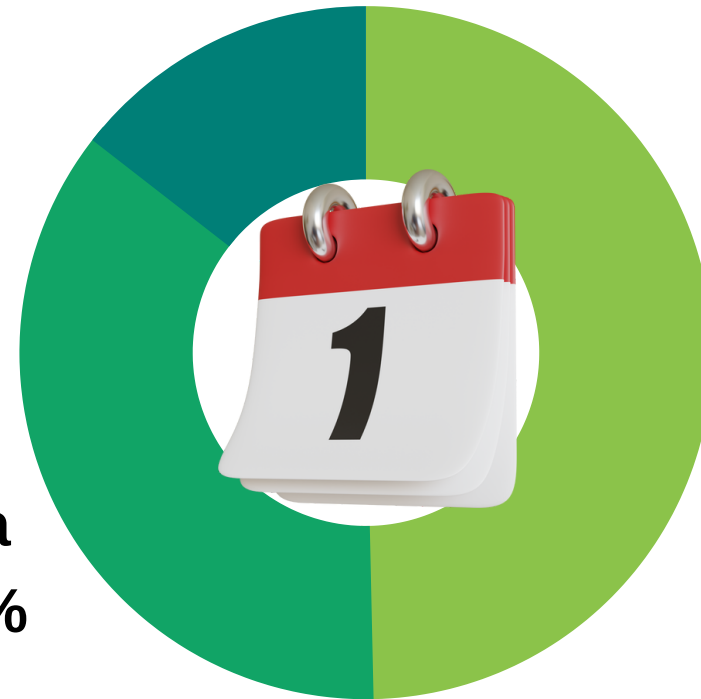


Agencia de viajes/Turístico



¿Qué tiempo destina para visitar los atractivos del cantón?

3 días o más  
14.5%



2 días  
49.7%

1 día  
35.9%

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tour de 1 día que incluya transporte en puntos estratégicos, desayuno, almuerzo y seguro de viajes?



\$36 a \$45



\$46 a \$55

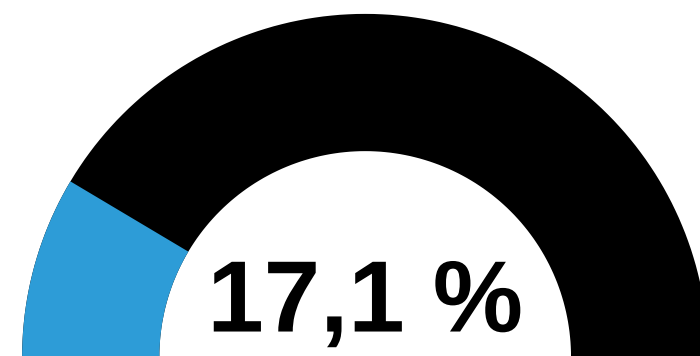


Más de \$55

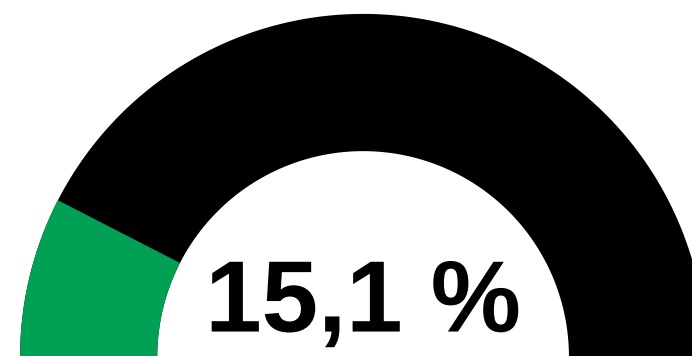


*¿En qué medida ha disminuido el número de visitas que ha realizado al cantón a partir de la pandemia (marzo 2020)?*

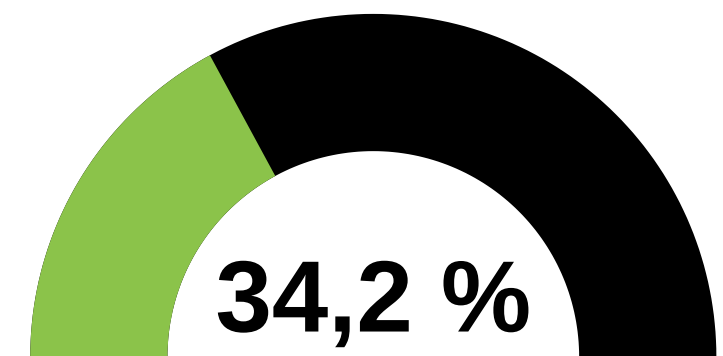
1 NADA - 2 POCO - 3 REGULAR - 4 BUENO - 5 MUCHO



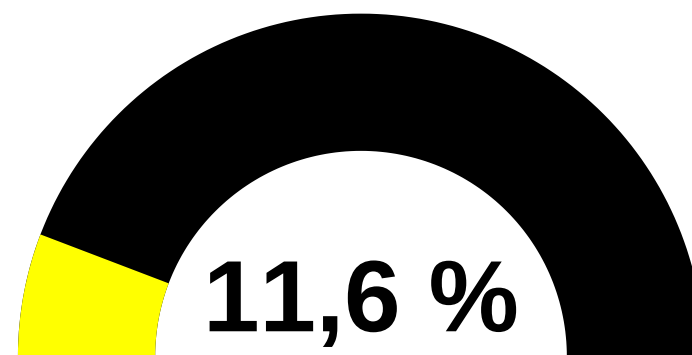
1



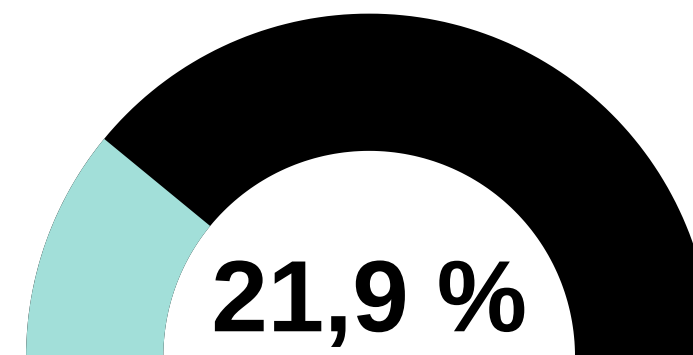
2



3



4

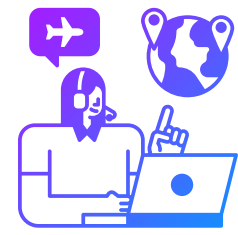


5

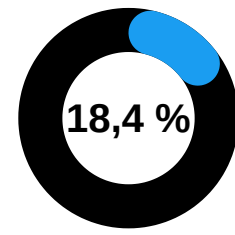




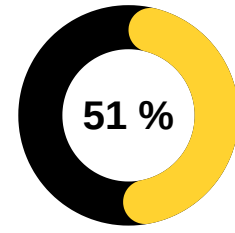
## ¿Qué servicios le gustaría encontrar cuando realiza turismo en el cantón?



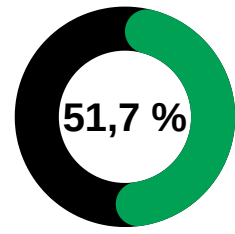
Agencia de viajes



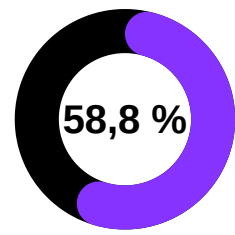
Puntos de información turística



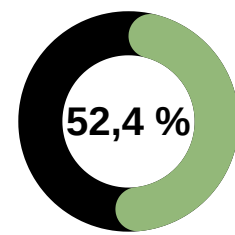
Establecimientos de alimentos y bebidas



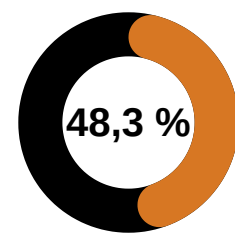
Establecimientos de alojamiento



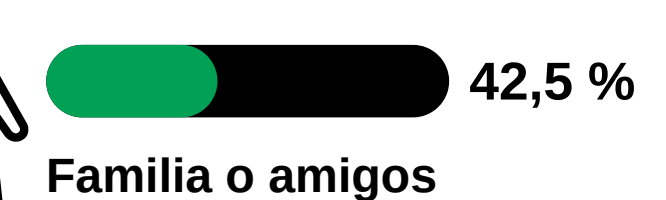
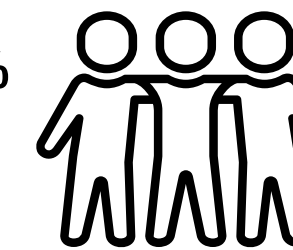
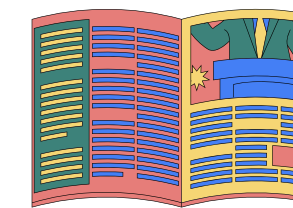
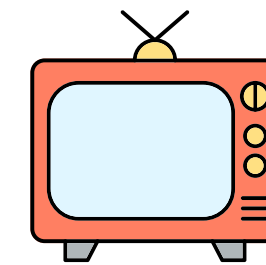
Establecimientos aquiler de bicicletas



Transporte con mayor frecuencia



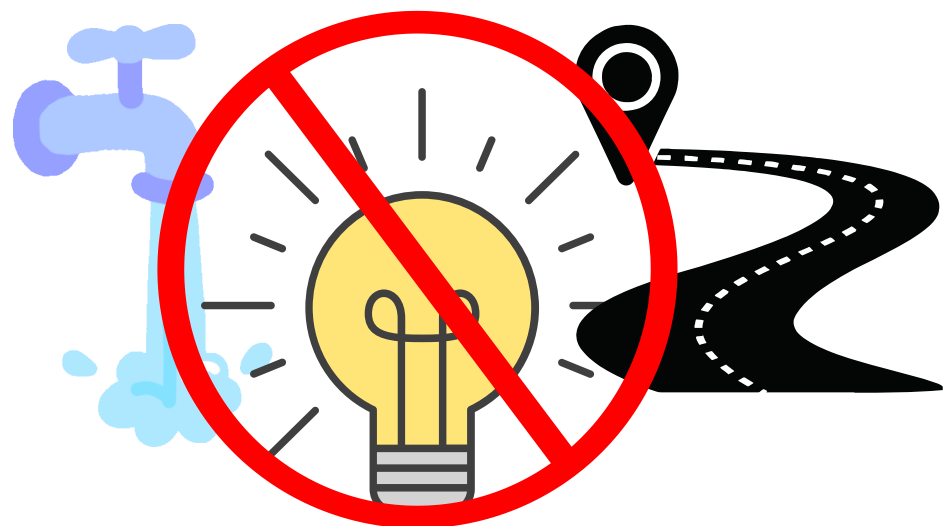
## ¿Por qué medio ha tenido información sobre los atractivos de San Miguel de Los Bancos?



# ENTREVISTA DIRIGIDA A DIFERENTES ACTORES TURÍSTICOS DEL CANTÓN

## PROBLEMÁTICAS

- *Limitado mantenimiento en las vías de acceso*
- *Calles no adoquinadas.*
- *Deficientes servicios básicos*



## PERFIL DEL TURISTA

- *Interés por el ecoturismo, aviturismo y actividades de aventura*



## CONCIENTIZACIÓN AMBIENTAL

- *Por parte de los prestadores de servicios*
- *Capacitaciones del MINTUR*



## PROMOCIÓN

### SECTOR PRIVADO

- *Los prestadores de servicios la realizan en gran parte.*
- *No hay resultados de la promoción de las autoridades.*



### SECTOR PÚBLICO

- *Realizan acciones como fam trips, press trips y otros para promocionar.*



## FORTALEZAS

- *Los atractivos se encuentran a distancias cortas*
- *Está en una zona ideal para realizar actividades de aventura o naturaleza.*
- *Gran biodiversidad de flora y fauna.*
- *Forma parte de la reserva natural protegida "Bosque Protector Mindo-Nambillo"*
- *Clima idóneo para visitar en cualquier época.*

## OPORTUNIDADES

- *Turistas con conciencia ambiental*
- *Zona única para la observación de aves.*
- *Inversión extranjera para promover el desarrollo del cantón.*
- *Interés de ONG's en capacitar a la comunidad*

# Análisis FODA

## DEBILIDADES

- *Turismo concentrado en la parroquia Mindo.*
- *Limitada intervención del gobierno.*
- *Desigualdad en la distribución de servicios básicos.*
- *Gran biodiversidad de flora y fauna.*
- *Deficiencia de personal capacitado*
- *Escasez de líneas de transporte*

## AMENAZAS

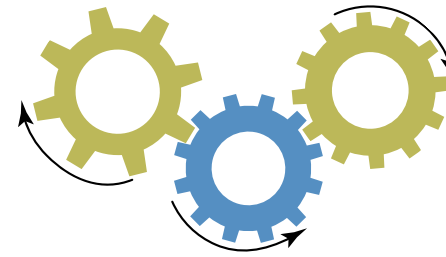
- *Riesgo de inundaciones*
- *Escasez de promoción turística*
- *Incremento de competencia turística*
- *Deficiencia en el mantenimiento de las vías*
- *Deficiencia de personal capacitado*
- *Explotación de madera.*





# ESTRATEGIAS

## SUPERVIVENCIA



## DEFENSIVA

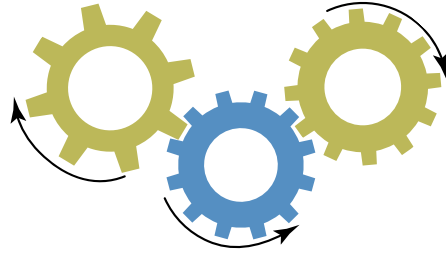
- *Crear talleres de capacitación en conjunto con universidades e institutos, enfocados en temas de hospitalidad, servicio al cliente y técnicas de guiar hacia los prestadores de servicios turísticos.*
- *Implementar un sistema de recolección de agua de lluvia, para mejorar la distribución y uso del agua de la zona con ayuda de tanques de almacenamiento y tratamiento para el agua potable.*

- *Diseñar e implementar nuevos productos turísticos de aventura y conservación que permitan diversificar la oferta del cantón, para enfrentar a los destinos sustitutos.*
- *Generar convenios para invertir en el mantenimiento de las vías que conectan el cantón San Miguel de los Bancos, con el fin de facilitar el ingreso a turistas nacionales y extranjeros.*



# ESTRATEGIAS

## ATAQUE



## REORIENTACIÓN

- *Impulsar nuevas actividades de aventura y naturaleza que sean sustentables para atraer un mayor número de turistas conscientes y que se interesen en visitar la ruralidad de San Miguel de los Bancos.*
- *Desarrollar políticas de inversión que generen confianza para crear nuevos senderos y rutas turísticas naturales dentro del cantón que atraigan más visitantes*
- *Potenciar la actividad turística de las dos parroquias mediante las redes sociales, para así dar a conocer el turismo cultural y natural que ofrece el cantón.*
- *Crear convenios con organizaciones internacionales para que las mismas contribuyan a la asesoría y capacitación de los pobladores dentro del ámbito turístico.*







<b>Temporalidad</b>		Alta (meses): diciembre, marzo, mayo, agosto			
		Baja (meses): abril, octubre, noviembre			
<b>Accesibilidad</b>		Rampas: <input type="checkbox"/>			
Facilidades para personas con discapacidades generales:		Baterías sanitarias adecuadas: <input type="checkbox"/>			
Sí <input type="checkbox"/> No <input checked="" type="checkbox"/>		Ascensor: <input type="checkbox"/>			
		Personal calificado: <input type="checkbox"/>			
		Otro (especifique):			
<b>Señalización:</b>		Estado de señalización:			
Sí <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input checked="" type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/>			
<b>Señalética:</b>		Estado de señalética:			
Sí <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>		Bueno <input checked="" type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/>			
<b>Acceso al atractivo</b>					
<b>Terrestre</b>	Primer orden	<input type="checkbox"/>	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>
	Segundo orden	<input checked="" type="checkbox"/>	Bueno <input checked="" type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>
	Tercer orden	<input checked="" type="checkbox"/>	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input checked="" type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>
<b>Forma de acceso</b>	Transporte propio	Transporte público	Bicicleta	Caminando	Otro:
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<b>Estado de integración y conservación del atractivo</b>					
Conservado	Alterado	En proceso de deterioro		Deteriorado	
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
<b>Origen de visitante y afluencia</b>					
<b>Origen de visitante</b>			<b>Frecuencia</b>		
Local			Alta <input type="checkbox"/>	Media <input type="checkbox"/>	Baja <input checked="" type="checkbox"/>
Nacional			Alta <input type="checkbox"/>	Media <input checked="" type="checkbox"/>	Baja <input type="checkbox"/>
Extranjero			Alta <input checked="" type="checkbox"/>	Media <input type="checkbox"/>	Baja <input type="checkbox"/>

<b>Talento Humano en el atractivo</b>				
<b>Personal especializado en turismo</b>	Sí <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Especifique: Guías de aviturismo y ornitólogos Se reciben voluntarios y estudiantes para realizar prácticas.			
<b>Nivel de instrucción:</b>	Primaria	<input type="checkbox"/>		
	Secundaria	<input type="checkbox"/>		
	Tercer Nivel	<input type="checkbox"/>		
	Cuarto Nivel	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Otro (especifique):			
<b>Manejo de otros idiomas</b>	Inglés:	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Portugués:	<input type="checkbox"/>		
	Alemán:	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Otro (especifique):			
<b>Infraestructura básica</b>				
Agua:	Alcantarillado:	Energía eléctrica:	Internet:	
Sí <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Sí <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Sí <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Sí <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
<b>Grado de alcance del atractivo</b>				
Local	Provincial	Nacional	Internacional	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
<b>Medio de promoción del atractivo</b>				
Materia POP	Radio / televisión	Boca a boca	Redes sociales	Medios especializados
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Contacto del atractivo turístico</b>				
<b>Nombre persona o institución del contacto:</b> Fundación Mindo Cloud Forest Foundation				
<b>Teléfono (convencional o celular):</b> (+593) 99 355 1949				
<b>Correo electrónico:</b> <a href="mailto:coordinador@mindocloudforest.org">coordinador@mindocloudforest.org</a>				
<b>Página web:</b> <a href="https://mindocloudforest.org/es/inicio/">https://mindocloudforest.org/es/inicio/</a>				

**Nota.** Elaborado a partir de la ficha turística del Ministerio de Turismo del año 2017 y 2019.

# RUTAS DE ATRACTIVOS

1

Nombre de la ruta

**RUTA ENCANTO NATURAL**

Temática

**TURISMO DE NATURALEZA**

Atractivos

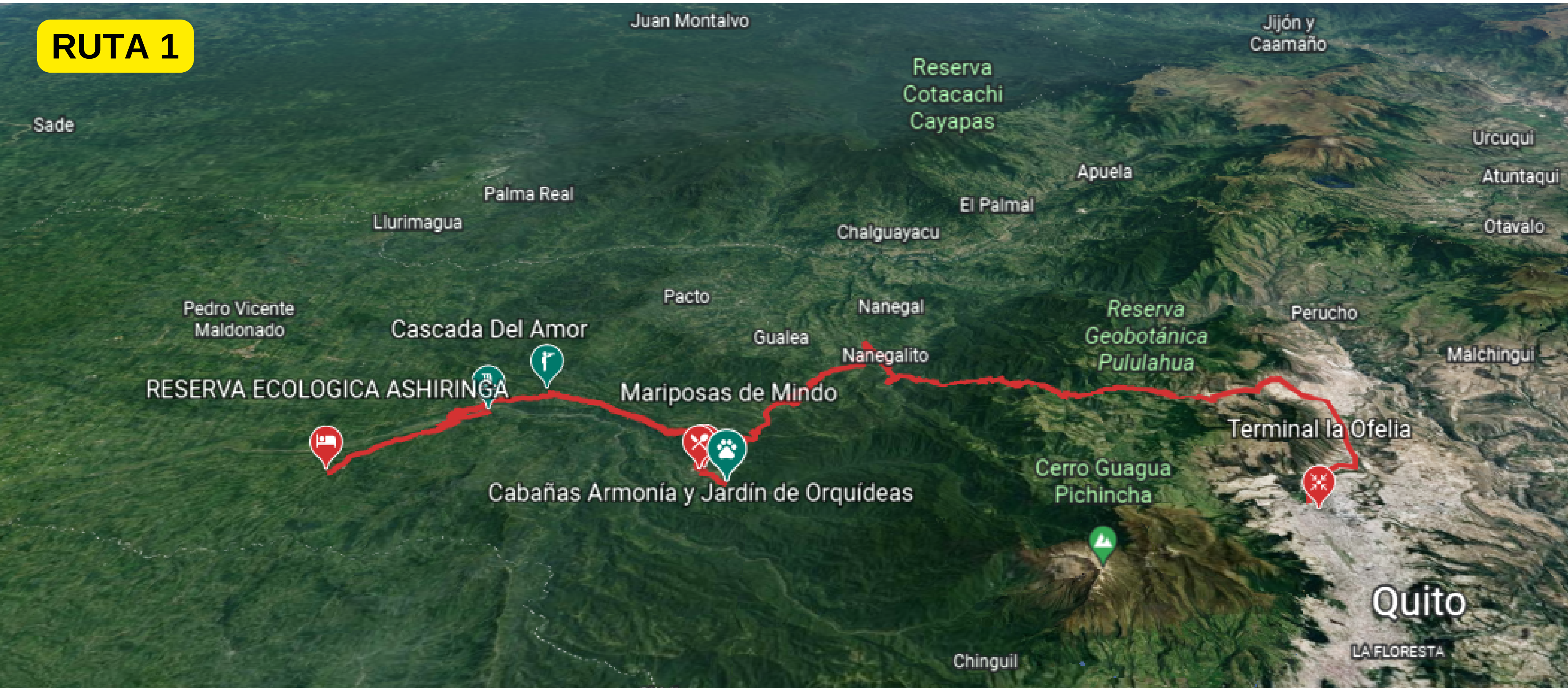
*Mariposas de Mindo, Cabañas Armonía y Jardín de Orquídeas, Santuario de Aves Milpe, Reserva Ecológica Ashiringa*

Costo

**\$ 45**



# RUTA 1



<https://earth.google.com/earth/d/1Oa-maoaF-1ALUCfDZ3OhJ6v-W1WvGq3p?usp=sharing>



2

**Nombre de la ruta**

**SAN MIGUEL EXTREMO**

**Atractivos**

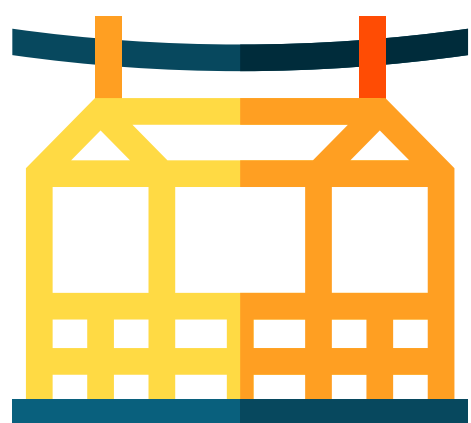
*Tarabita de Mindo, Mindo  
Canopy Adventures Zipline,  
Tsuki Lodge, Tubing en Río  
Blanco*

**Temática**

**TURISMO DE AVENTURA**

**Costo**

**\$ 63**



# RUTA 2



[https://earth.google.com/earth/d/1tWEC1jy3pl6POSLqU\\_XKCQi-sHNusoBt?usp=sharing](https://earth.google.com/earth/d/1tWEC1jy3pl6POSLqU_XKCQi-sHNusoBt?usp=sharing)



3



**Nombre de la ruta**

**ENTRE CULTURA Y COMIDA**



**Atractivos**

*Quesos Pueblo Nuevo, Productos Lácteos Guerrero, Parque Central San Miguel de los Bancos, Iglesia San Miguel Arcángel, Restaurante Mirador Río Blanco y El Quetzal, Hostal Casa Cultural Mindo. Afrodisiak, Parque Central de Mindo*



**Temática**

**TURISMO CULTURAL Y GASTRÓNOMICO**

**Costo**

**\$ 22**



# RUTA 3



<https://earth.google.com/earth/d/1Be4snPSRdN8JXoJonl83C5Y5X1LRSWzG?usp=sharing>

# CONCLUSIONES

*El cantón San Miguel de Los Bancos posee un gran potencial turístico natural que ha permitido desarrollar la economía del lugar, generar nuevas fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida de sus pobladores.*

*El potencial del cantón no ha sido aprovechado correctamente, debido a la deficiente gestión del destino y el desconocimiento en temas turísticos, que ha conllevado a la generación de impactos negativos por la sobreexplotación de la oferta de turismo de aventura y naturaleza junto a la concentración de actividades y prestadores en determinadas zonas provocando una sobrecarga del espacio turístico.*

*El cantón no cuenta con el apoyo del sector público, razón por la cual los prestadores de servicios turísticos de restauración y alojamiento no pueden sobresalir en su área.*

*La parroquia Mindo se ha posicionado como uno de los lugares turísticos más emblemáticos en Ecuador, siendo declarado una zona de importancia para la conservación de aves (IBA) por Birdlife, logrando así un reconocimiento internacional que no todo destino posee.*



# RECOMENDACIONES

*Diversificar la oferta turística de San Miguel de los Bancos, ya que se encuentra centrada en el turismo de naturaleza y aventura, dejando de lado la riqueza cultural con la que cuenta el territorio, como la existencia de grupos étnicos. De esta manera se brindaría una oportunidad de crecimiento al cantón y se incentivaría la participación de la comunidad.*

*Fomentar convenios público-privados con la finalidad de brindar capacitaciones de diversas índoles hacia los prestadores de servicios turísticos, por parte de los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales en conjunto con el Ministerio de turismo, otorgando certificados de participación y aprobación.*

*Si bien San Miguel de los Bancos ha logrado posicionarse turísticamente por la parroquia de Mindo, aún no se ha conseguido atraer turistas hacia los demás sectores del cantón, por lo tanto, se debe poner mayor énfasis en la distribución geográfica y psicográfica e implementar estrategias para innovar productos y servicios con enfoque a las necesidades y tendencias de los turistas.*

*En la parroquia Mindo el número de prestadores de servicios turísticos es cada vez mayor, pero para reducir su impacto ambiental y que estos tengan un desarrollo exitoso, se debe realizar un estudio de mercado con políticas que evite la saturación o monopolización de estos, y enfocarse en un público objetivo consciente de su huella ecológica.*

