



UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS — ESPE

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio · Carrera de Mercadotecnia

Plan de Marketing para los Destinos Turísticos del Cantón Guano y Penipe

Provincia de Chimborazo

Guano Ushiña, Samy Camila · Paucar Tipán, Ana Gabriela

Director: Mgtr. Castillo Montesdeoca, Eddy. PhD

Trabajo de titulación · Febrero 2025



Problema Central

✗ Baja visibilidad a nivel nacional

✗ Débil posicionamiento turístico

✗ Falta de estrategia digital estructurada

✗ Potencial turístico desaprovechado

ALTO

Potencial

VS

BAJO

Posicionamiento

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Diseñar un plan de marketing que potencie la visibilidad y competitividad turística de los cantones Guano y Penipe, mediante la diferenciación de su oferta, la promoción digital y el establecimiento de alianzas estratégicas que impulsen un turismo sostenible.

Objetivos Específicos

🎯 Fortalecer el posicionamiento de Guano y Penipe como destinos turísticos diferenciados

📌 Definir la propuesta de valor única de cada destino

📷 Diseñar material promocional y branding visual

📢 Proponer campañas digitales segmentadas en redes sociales

🌐 Establecer alianzas estratégicas con operadores turísticos

Metodología de Investigación

Enfoque Cuantitativo

Diseño no experimental, transversal, descriptivo–correlacional

Muestra

466

Encuestas válidas aplicadas en Ambato y Riobamba

Procesamiento

Software SPSS v25 · Análisis univariado y bivariado ·
Segmentación y Caracterización



Perfil del Encuestado

Edad **38 años**

Estado **48% casados**

Familia **5–6 integrantes**

Ingreso **\$956–\$2,164**

Proceso Metodológico





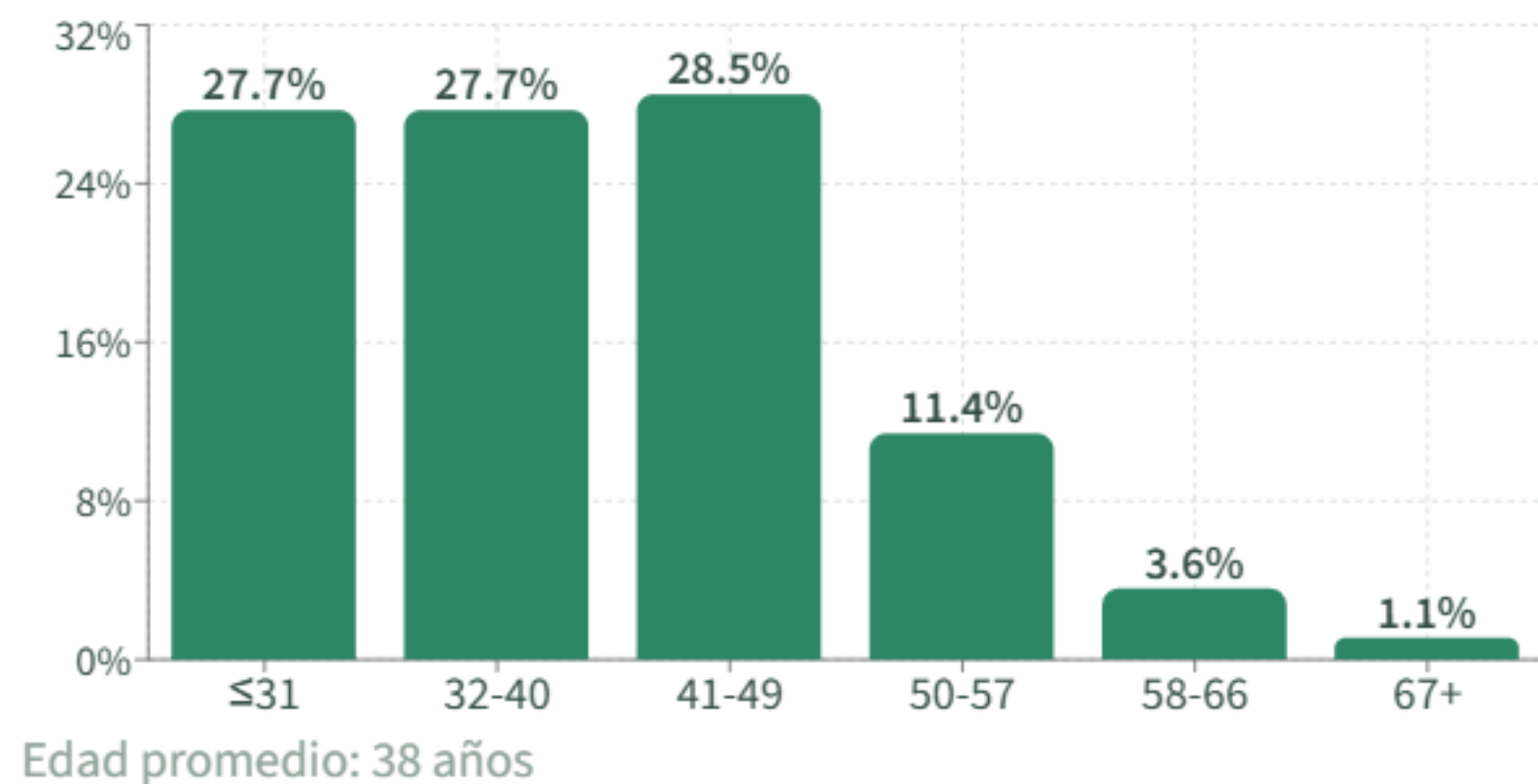
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Análisis Univariado

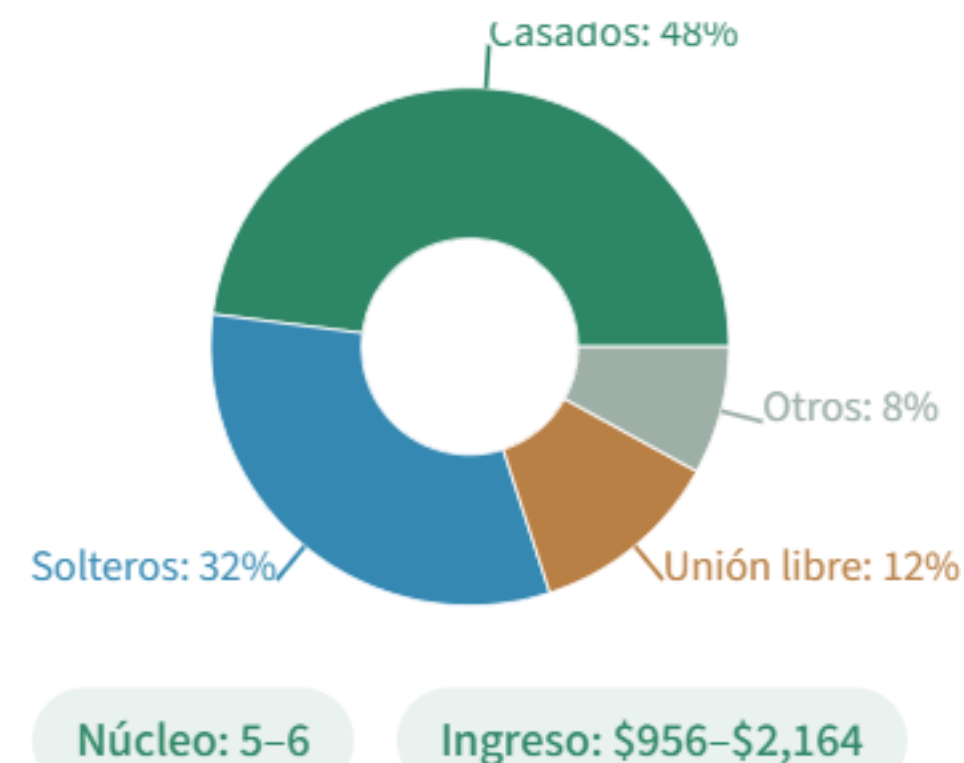
6 dimensiones clave del perfil turístico

Perfil Demográfico

Distribución por Edad



Estado Civil



Turista de **ingreso medio**, viaja en familia → Base ideal para productos escalonados

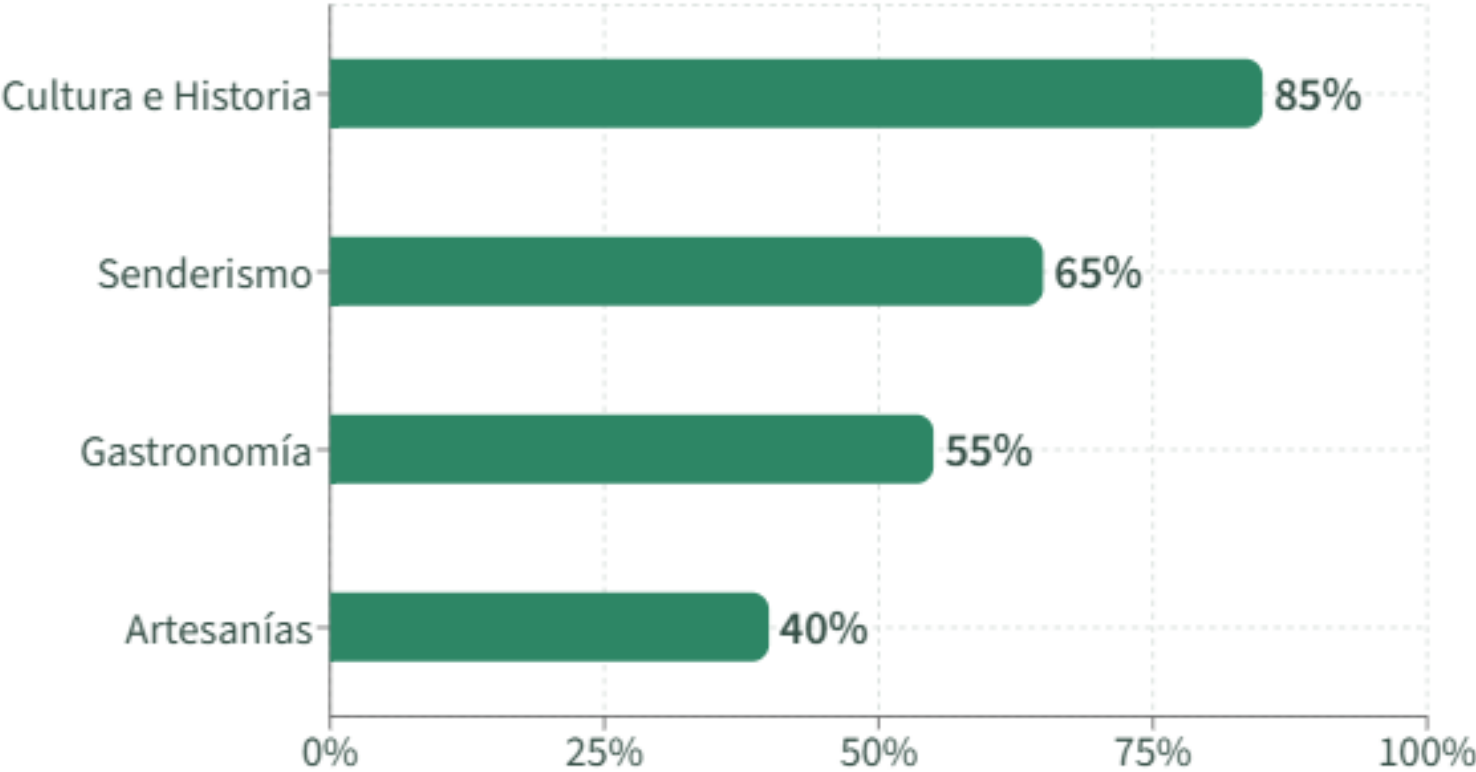
◉ Conocimiento de Atractivos



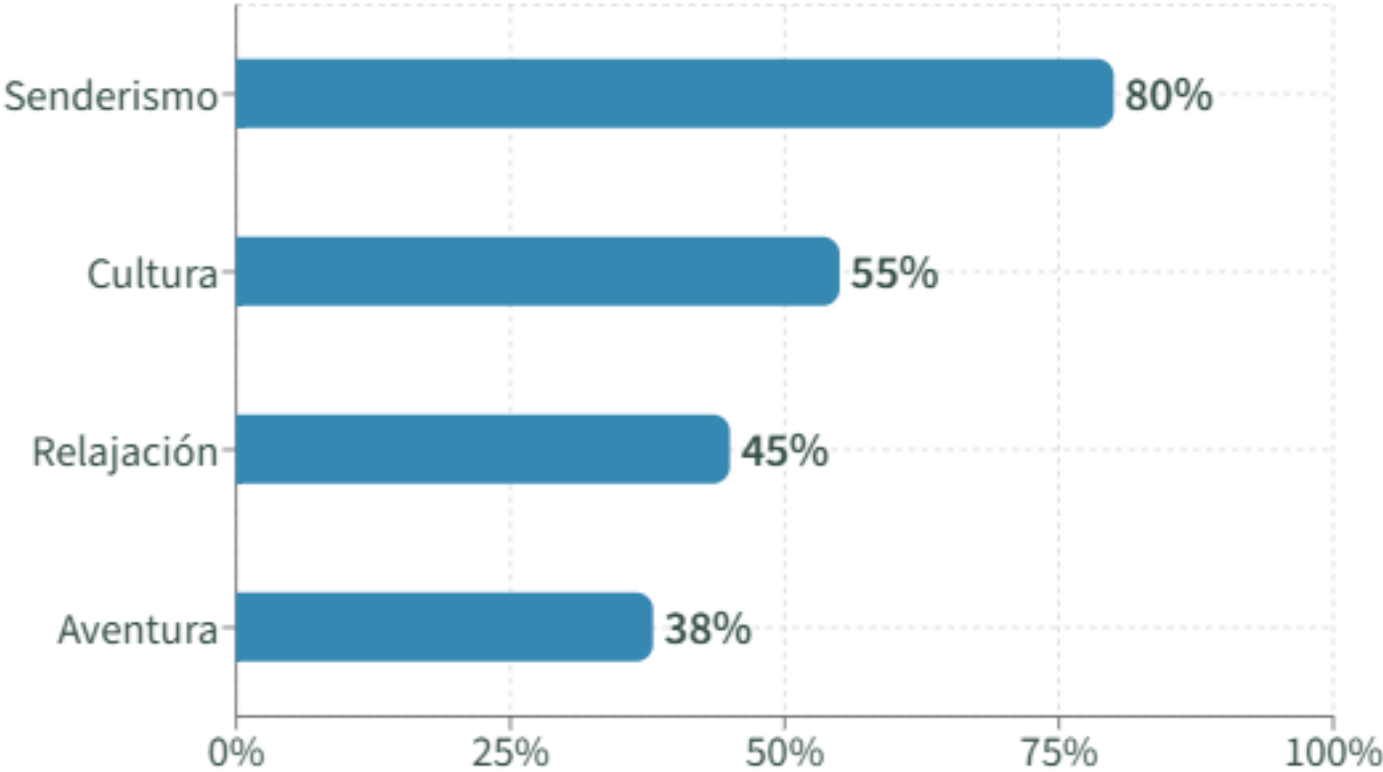
📌 **+70% del mercado no conoce los atractivos** → Alto potencial de posicionamiento

Motivaciones de Viaje

Cantón Guano

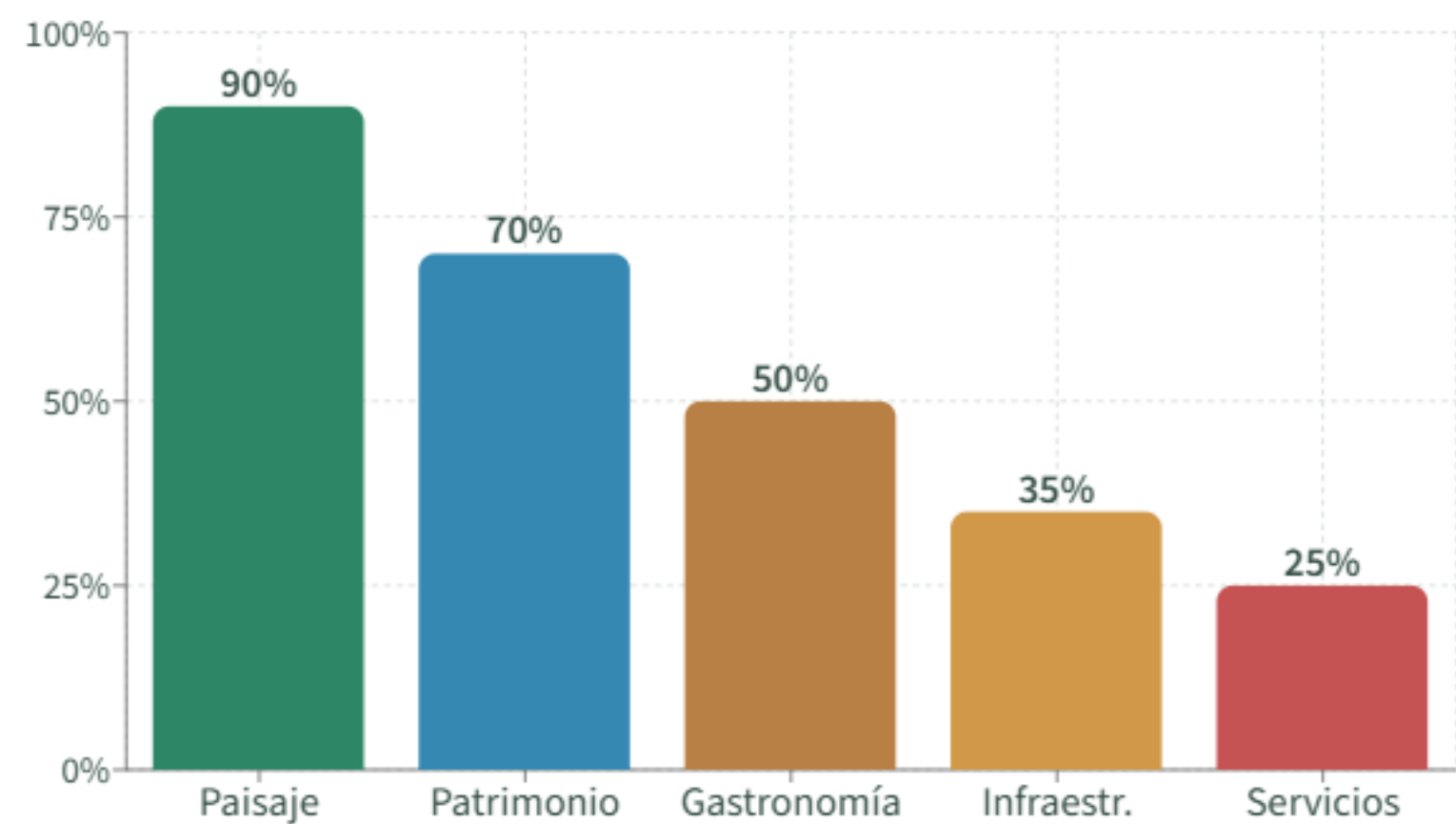


Cantón Penipe

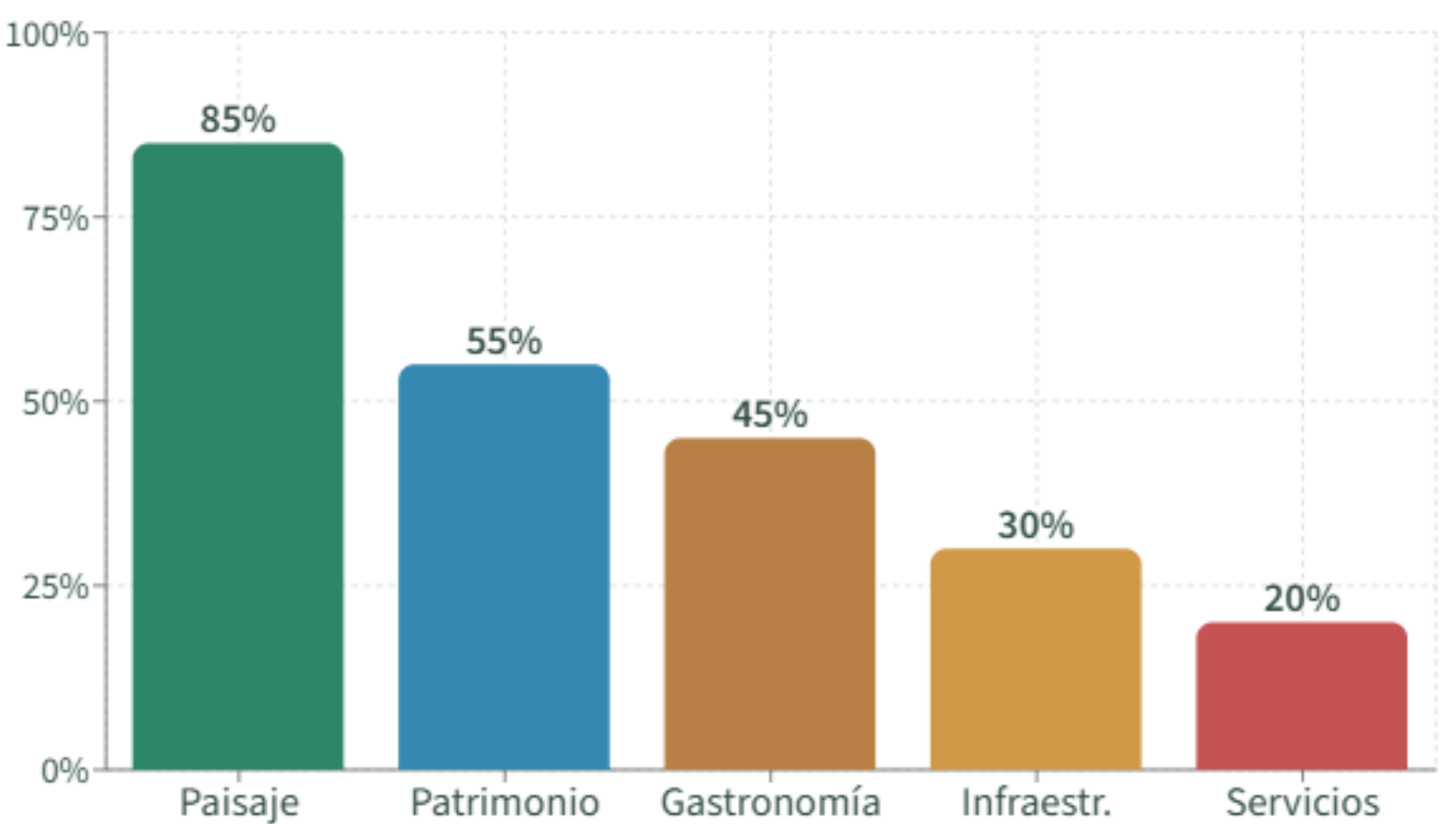


Aspectos Más Valorados por el Turista

Cantón Guano



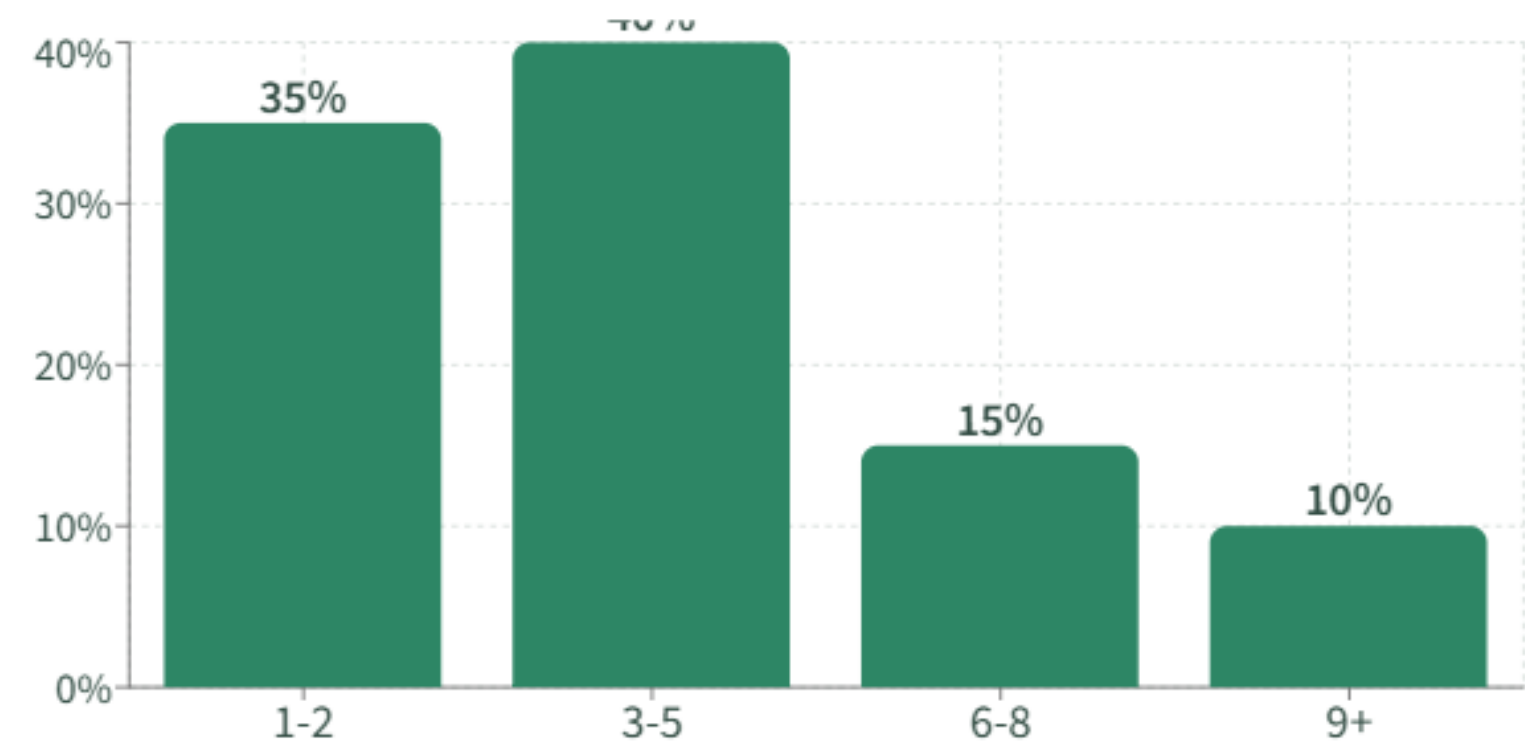
Cantón Penipe



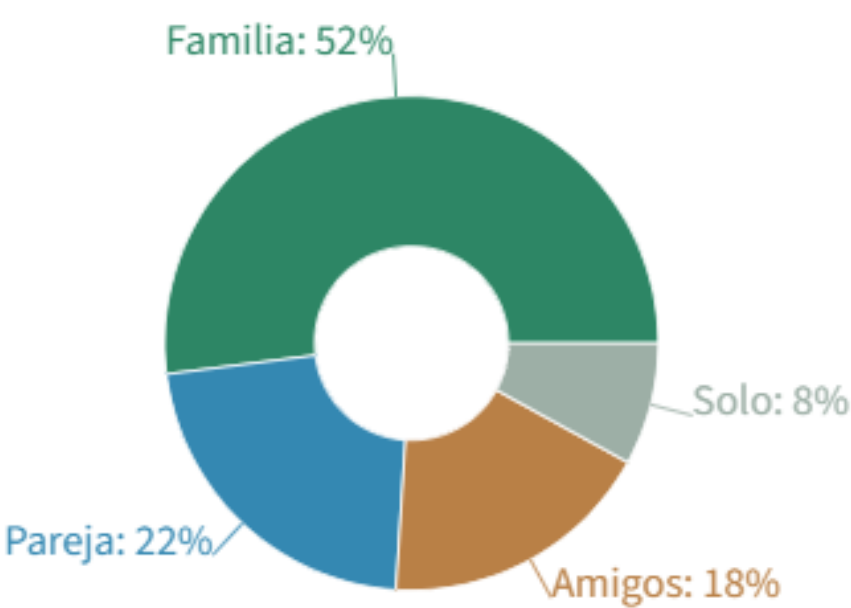
⚠ **Baja valoración de servicios en ambos cantones** → Necesidad de fortalecer experiencia integral

Comportamiento de Viaje

Frecuencia de Viaje (viajes/año)

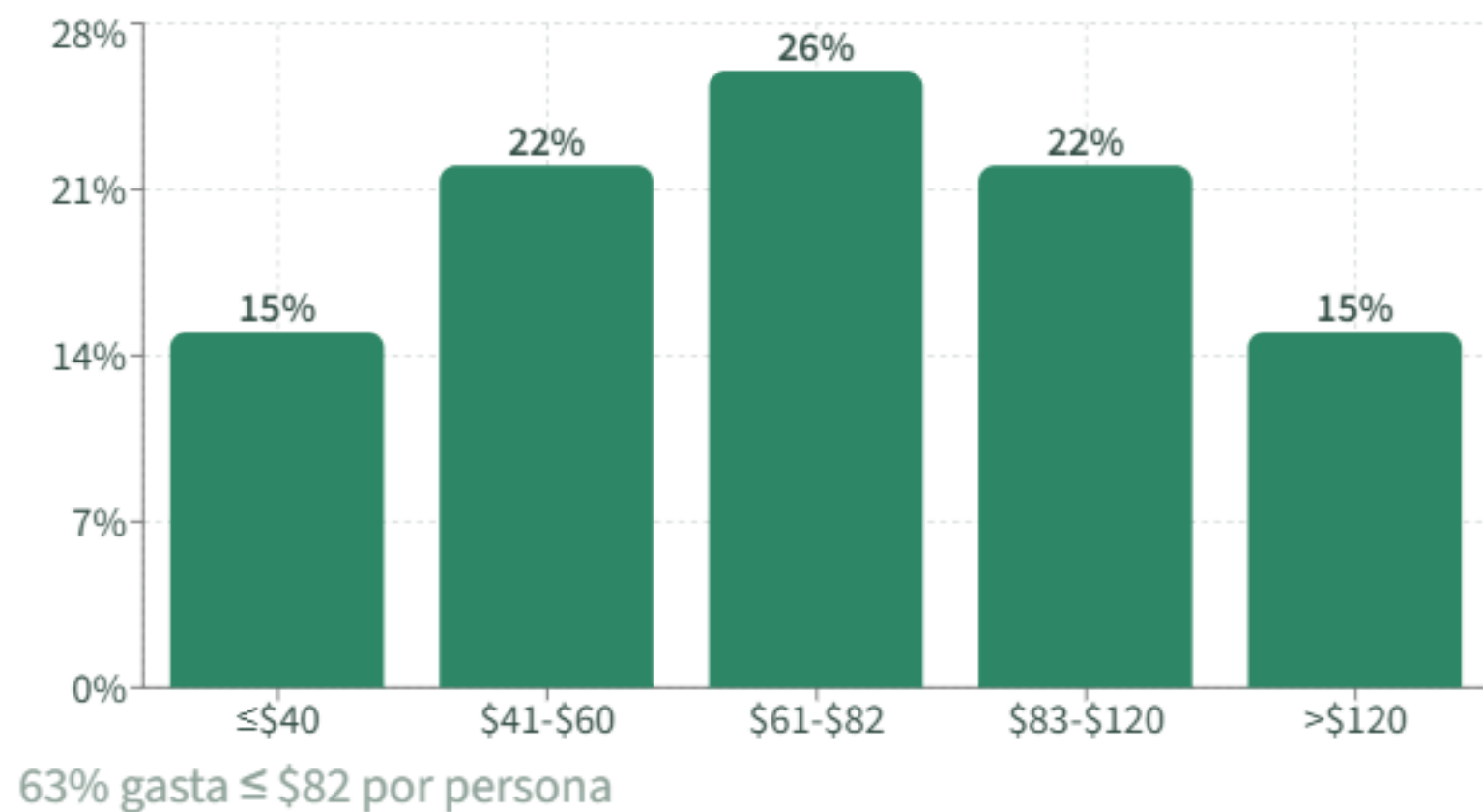


Compañía de Viaje

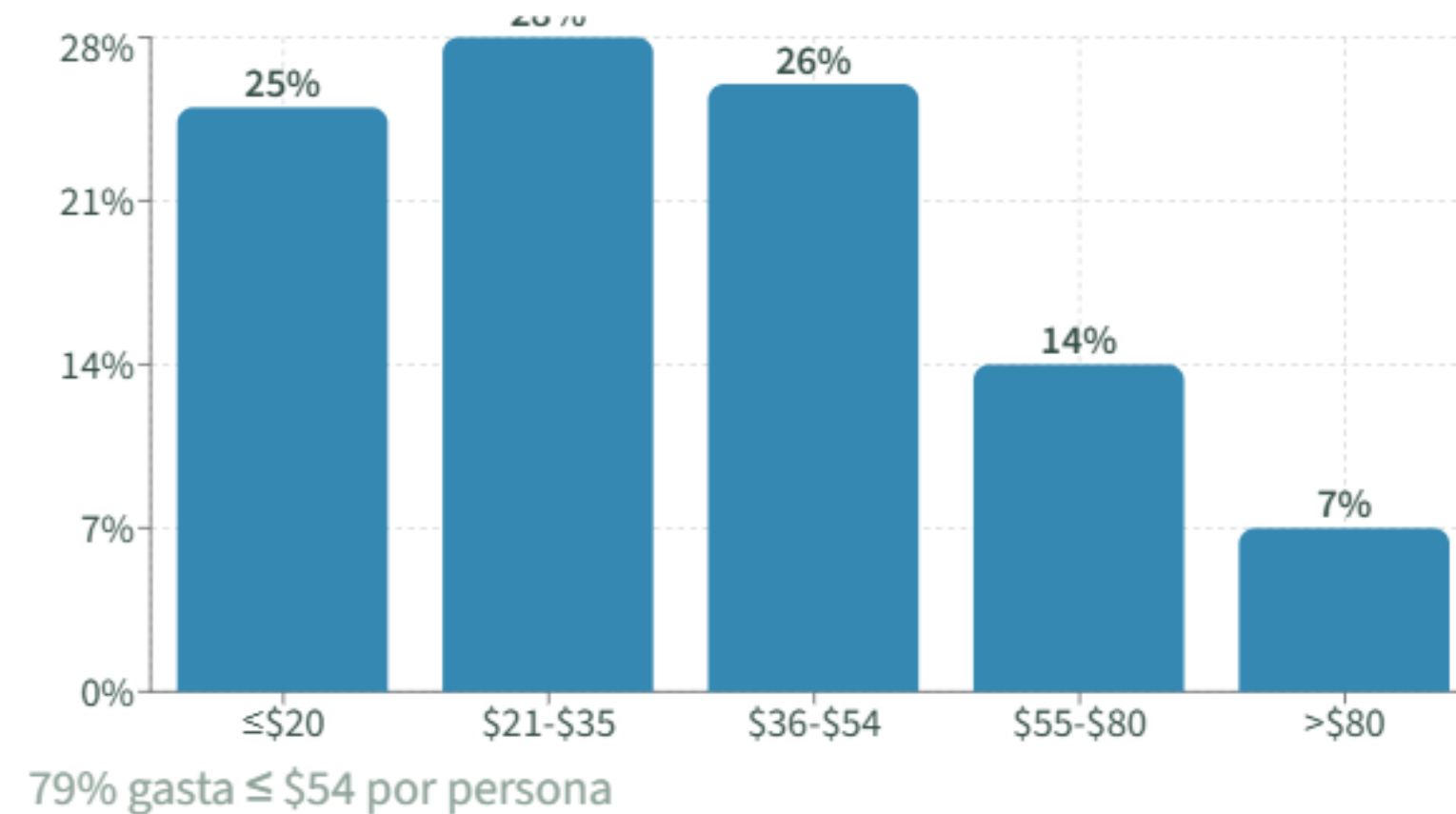


\$ Presupuesto del Turista

Con Pernocta



Sin Pernocta



Cálculo de Demanda Anual

Indicador	Demanda Global	Segmento Estándar
Demanda anual estimada	\$2.318.082,00	\$971.562,00
Cantidad de visitas	18.745	8.523
Turismo con pernocta	70%	72%
Turismo sin pernocta	30%	28%
Gasto promedio con pernocta	\$61 – \$82	\$65 – \$85
Gasto promedio sin pernocta	\$35 – \$54	\$38 – \$50
Frecuencia de viaje	3–5 viajes/año	4–6 viajes/año
Representatividad	100%	Mayor segmento

 El segmento Estándar concentra la **mayor demanda** con mejor relación gasto–frecuencia



MODELO STP

Segmentación y Mercado Meta

Potencial Turístico de Guano y Penipe

Turismo Cultural

Artesanías en cuero, tejidos, patrimonio histórico, gastronomía

Turismo Natural

Volcanes, cascadas, lagunas y paisajes andinos únicos

Turismo de Aventura

Nevado El Altar, Chimborazo, senderismo de alta montaña

 Pueblo Mágico

 "The Great Journey"



Modelo STP Aplicado



Segmentación

- Razón principal de viaje: aventura, cultura, gastronomía
- Nivel de ingreso: alto, medio, bajo
- Gasto promedio: \$35–\$120 con pernocta
- Frecuencia de viaje: 1–6 veces/año



Selección (Targeting)

- Segmento Estándar → 45% del mercado
- Demanda anual: \$971.562 / 8.523 visitas
- Gasto: \$65–\$85 con pernocta
- Frecuencia: 4–6 viajes/año



Posicionamiento

- Turismo de aventura: mayor afluencia en el segmento
- Paisaje natural: 90% de valoración
- Patrimonio cultural: 70%
- Destino complementario: naturaleza + cultura + gastronomía

Matriz de Segmentación y Caracterización

Variable	VIP	Estándar 	Popular
Motivación principal	Aventura y naturaleza	Cultura y senderismo	Gastronomía y relajación
Nivel de ingreso	Alto	Medio	Bajo
Gasto con pernocta	\$82 – \$120	\$65 – \$85	\$35 – \$50
Gasto sin pernocta	\$54 – \$80	\$38 – \$50	\$20 – \$35
Frecuencia de viaje	2–3 viajes/año	4–6 viajes/año	1–2 viajes/año
Tipo de turismo	70% con pernocta	72% con pernocta	60% sin pernocta
Demanda anual estimada	\$574.520,00	\$971.562,00	\$772.000,00
Visitas anuales	4.100	8.523	6.122
Representatividad	22%	45%	33%

 El segmento **Estándar** representa el **45%** del mercado con **\$971.562** en demanda y la mayor frecuencia de viaje

Mercado Meta Seleccionado



Segmento Seleccionado

ESTÁNDAR

Representatividad:	45% del mercado turístico
Demanda anual:	\$971.562 USD
Visitas anuales:	8.523 turistas
Ingreso mensual:	\$800 – \$1.500
Gasto con pernocta:	\$65 – \$85 por visita
Gasto sin pernocta:	\$35 – \$50 por visita
Frecuencia:	4 – 6 viajes al año
Motivación principal:	Aventura y naturaleza
Tipo de turismo:	Cultural, ecológico y gastronómico

PROPUESTA DE POSICIONAMIENTO

"Guano y Penipe: destinos complementarios de naturaleza, cultura y aventura accesibles para el turista de ingreso medio."

Rutas Turísticas con Pernocta (4)

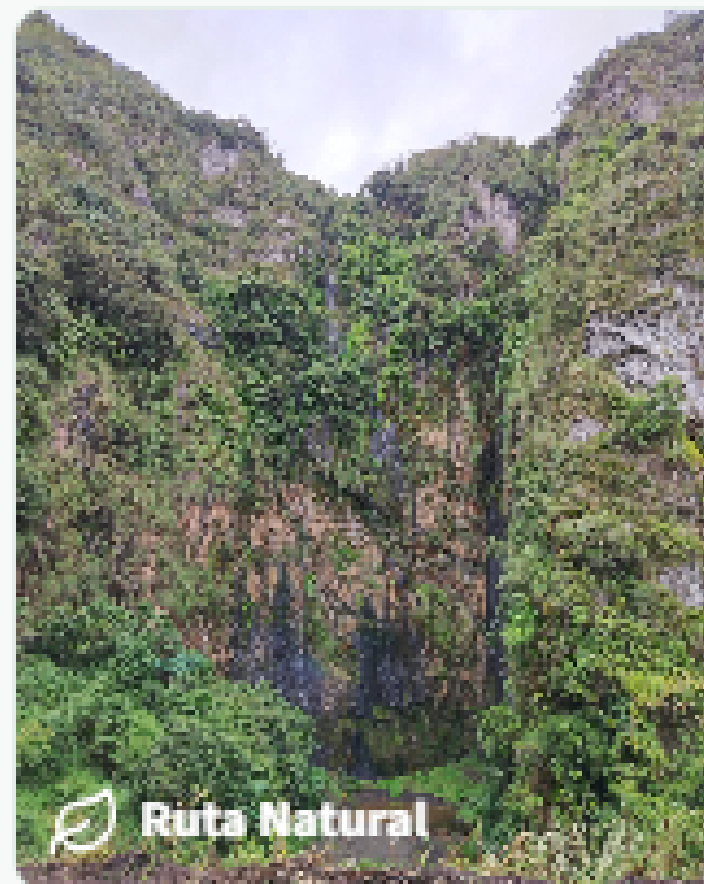


2 días

Dificultad: Baja

- Museo de la Momia
- Parque de las Fuentes
- Colina de Lluishig
- Los Elenes
- Iglesia Matriz de Penipe

 Ruta Cultural



2 días

Dificultad: Media

- Laguna Valle Hermoso
- Piedra Santiago Rumi
- Cascada Mayorazgo y El Batán
- Valle de los Collanes
- Ojo del Fantasma

 Ruta Natural

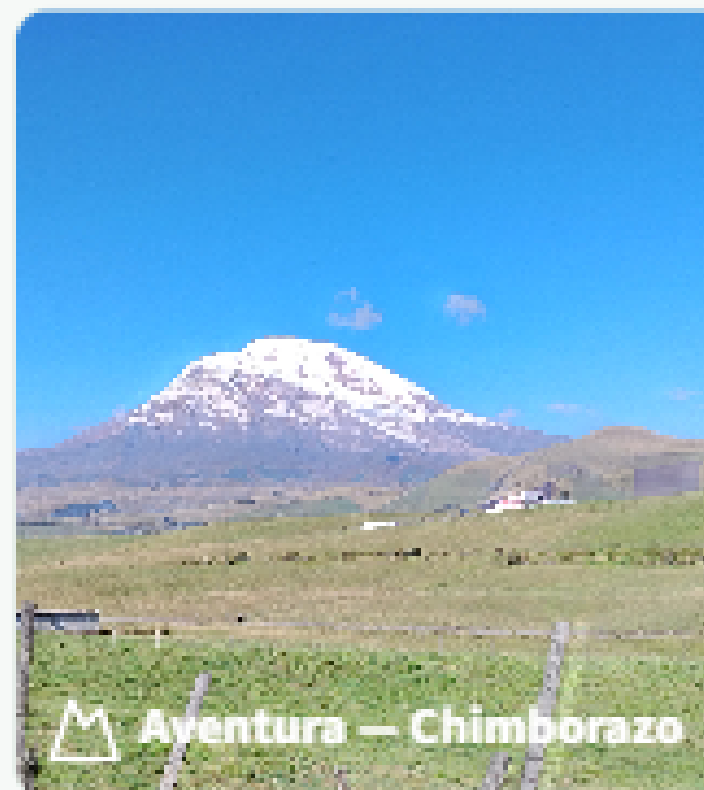


4 días

Dificultad: Alta

- Nevado El Altar / Laguna Amarilla
- Valle de los Collanes
- Cueva Rey Pepino
- Parapente (Matus)

 Aventura — El Altar



4 días

Dificultad: Alta

- Nevado Chimborazo
- Cueva Rey Pepino
- Valle de los Collanes
- Ciclismo (Bilbao)

 Aventura — Chimborazo

Rutas Turísticas sin Pernocla (2)



Ruta Cultural — Día Completo

1 día completo

Dificultad: Baja

- Museo de la Momia
- Parque de las Fuentes
- Colina de Lluishig
- Iglesia Matriz de Penipe



Ruta Natural — Día Completo

1 día completo

Dificultad: Media

- Laguna Valle Hermoso
- Piedra Santiago Rumi
- Cascada Mayorazgo y El Batán



Diseñadas para presupuesto bajo y escapadas de fin de semana

Manual de Marca Turística



Concepto de Marca

La marca **Guano y Penipe — Destino Vivo** refleja la riqueza natural, cultural y aventurera de ambos cantones, integrando montaña, historia y biodiversidad en una identidad visual unificada.

"Guano y Penipe, Destino Vivo"

Slogan oficial de la marca turística

Paleta de Colores



Verde · Azul · Tierra · Dorado · Oscuro

\$ Estrategia de Precio

 **Estrategia de Penetración:** Se establecen precios competitivos e inferiores al mercado para captar rápidamente cuota de mercado en el segmento estándar, generando volumen de visitantes y posicionamiento inicial.

Básico

Desde \$30

Sin pernocta, transporte compartido, guía grupal

Estándar

Desde \$65

Con pernocta, hospedaje, alimentación, guía

Full

Desde \$120

Todo incluido, transporte privado, premium

Paquetes conservados de acuerdo a la estrategia de penetración — precios escalonados accesibles

🌐 Estrategia de Plaza



Instagram

Feed visual y Reels experienciales



TikTok

Videos cortos y contenido viral



WhatsApp Business

Canal principal de reserva directa



Venta Directa

Sin intermediarios, mayor margen

📣 Promoción Digital — Embudo AIDA

ATENCIÓN

Videos cortos en TikTok e Instagram Reels

INTERÉS

Publicaciones de rutas con itinerarios y mapas

DESEO

Testimonios, fotos inmersivas, UGC

ACCIÓN

Reserva directa por
WhatsApp Business

Canales de Promoción

TikTok

-  Videos cortos de paisajes y experiencias
-  Trends con música andina y moderna
-  Contenido generado por visitantes
-  Alcance orgánico masivo

Instagram

-  Feed con fotografías de alta calidad
-  Stories con itinerarios día a día
-  Reels de contenido experiencial
-  Shopping con enlace a WhatsApp

KPI y Control



Alcance

Impresiones y vistas en redes



Interacción

Likes, comentarios, compartidos



Conversión

Clicks a WhatsApp / consultas



Reservas

Paquetes vendidos por mes



Satisfacción

NPS post-viaje del turista



Recompra

% de turistas que regresan

Impacto Esperado



Mayor Visibilidad

Posicionamiento digital reconocido



Incremento de Visitas

Aumento del flujo turístico



Dinamización Económica

Ingresos locales por turismo organizado



Fortalecimiento Territorial

Riqueza cultural, natural y de aventura



GUANO PENIPE

"Destino Vivo"

Gracias por su atención

Guano Ushiña, S. C. · Paucar Tipán, A. G. — ESPE 2025