



**Universidad  
Intercultural  
de Colima**

LICENCIATURA EN TURISMO COMUNITARIO  
MODULO VIII COMUNICACION Y MERCADOTECNIA  
SOCIAL Y TURISTICA

**DISEÑO DE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA LA RUTA  
DEL CACAHUATE EN IXTLAHUACÁN COMO PRODUCTO  
DE TURISMO COMUNITARIO**

AMADOR RUIZ TORRES  
MARIA ELENA LUNA ANGULO

DOCENTE  
MIGUEL RAMSES COVARRUBIAS CARDENAS

Colima, Col. A 14 de abril del 2026

## INTRODUCCION

El presente proyecto se desarrolla en el municipio de Ixtlahuacán, una comunidad rural caracterizada por su baja densidad poblacional y su economía basada principalmente en actividades agrícolas, destacando la producción de cacahuate como uno de sus principales recursos productivos y culturales. Este territorio cuenta con un entorno natural y social que conserva tradiciones, saberes y prácticas comunitarias que forman parte de su identidad local.

En este contexto, el turismo comunitario se presenta como una alternativa viable para el desarrollo local, ya que permite aprovechar los recursos naturales y culturales de manera sostenible, promoviendo la participación activa de la comunidad y generando beneficios económicos directos para sus habitantes. En Ixtlahuacán, esta modalidad turística aún se encuentra poco desarrollada, lo que representa una oportunidad para diseñar propuestas innovadoras que fortalezcan su posicionamiento como destino emergente dentro del estado de Colima.

La importancia de promover este destino radica en la necesidad de diversificar las fuentes de ingreso de la población, así como en la preservación de sus tradiciones agrícolas, particularmente aquellas relacionadas con el cultivo y aprovechamiento del cacahuate. A través del turismo comunitario, es posible revalorizar estos elementos, generando experiencias auténticas que respondan a las nuevas tendencias del turismo responsable y cultural.

La implementación de la Ruta del Cacahuate resulta especialmente relevante en el contexto actual de Ixtlahuacán, donde la economía local depende en gran medida de actividades agrícolas que no siempre garantizan estabilidad económica para las familias. En este sentido, surge la necesidad de diversificar las fuentes de ingreso y generar alternativas sostenibles que fortalezcan el desarrollo local. Asimismo, existe el riesgo de que las tradiciones y saberes asociados al cultivo del cacahuate se vayan perdiendo con el paso del tiempo, debido a la falta de valorización y difusión.

Por ello, este proyecto cobra importancia en este momento, al proponer una estrategia que no solo impulsa la economía comunitaria, sino que también rescata y revaloriza una actividad productiva que forma parte de la identidad cultural del municipio, convirtiéndola en un elemento central para el desarrollo turístico.

Este proyecto se vincula con el área de la comunicación y la mercadotecnia social y turística, ya que plantea el diseño de estrategias de promoción orientadas a difundir la Ruta del Cacahuate como un producto turístico con identidad propia. Para ello, se consideran herramientas digitales y enfoques participativos que permitan conectar al público objetivo con la comunidad, fomentando un turismo consciente y sostenible.

En este sentido, el proyecto responde a la pregunta eje del módulo: ¿cómo diseñar estrategias de comunicación y promoción que contribuyan al desarrollo de proyectos de turismo comunitario con impacto social positivo? A partir de esta interrogante, se propone la creación de la Ruta del Cacahuate como una alternativa que integra la cultura, la economía local y la participación comunitaria, consolidando un modelo de turismo más justo y sustentable.



## PROBLEMA TURISTICO IDENTIFICADO

A partir del diagnóstico previo realizado en el municipio de Ixtlahuacán, se identificó como problema principal la baja promoción y posicionamiento del destino como atractivo turístico, lo que limita el desarrollo de proyectos de turismo comunitario y la generación de beneficios económicos para la población local. Partiendo de esta problemática, se reconoce la importancia de analizar y comprender las condiciones actuales del municipio, así como el aprovechamiento de sus recursos culturales y productivos, particularmente el cacahuate, como elemento con potencial turístico.

De acuerdo con el análisis del árbol de problemas, esta situación se origina por diversas causas, entre las que destacan la falta de estrategias de comunicación turística, el escaso uso de herramientas digitales para la difusión del destino, así como la limitada participación de la comunidad en procesos de promoción y organización turística. Asimismo, se observa una carencia de identidad de marca que permita diferenciar al municipio frente a otros destinos consolidados del estado de Colima, como Manzanillo y Comala.

Otro factor relevante es la poca visibilidad de los recursos culturales y productivos locales, particularmente la producción de cacahuate, la cual representa un elemento distintivo de la comunidad, pero que no ha sido aprovechado como atractivo turístico. Esto provoca que, a pesar de contar con potencial, el destino no sea reconocido ni considerado por los turistas dentro de sus opciones de viaje.

Como consecuencia, el municipio presenta una baja afluencia de visitantes, escasa derrama económica derivada del turismo y una limitada diversificación de las actividades productivas, manteniéndose dependiente del sector agrícola. Esta situación afecta directamente las oportunidades de desarrollo local y el bienestar de la comunidad.

En este sentido, se identifica que el problema central radica en que Ixtlahuacán no está adecuadamente posicionado como destino de turismo comunitario, debido a la ausencia de estrategias de comunicación y promoción efectivas que permitan visibilizar sus recursos y experiencias.

Por lo tanto, surge la necesidad de diseñar una propuesta que atienda esta problemática mediante el desarrollo de *la Ruta del Cacahuate*, como un producto turístico que integre los elementos culturales, productivos y sociales del territorio, acompañado de una estrategia de comunicación que fortalezca su posicionamiento y contribuya al desarrollo sostenible de la comunidad.

# MARCO TEORICO CONCEPTUAL

## **Turismo comunitario**

El turismo comunitario es una modalidad de desarrollo turístico que se fundamenta en la participación activa de las comunidades locales en la gestión, organización y aprovechamiento de sus recursos naturales y culturales. A diferencia del turismo convencional, este modelo busca que los beneficios económicos se distribuyan de manera equitativa entre los habitantes, fortaleciendo el desarrollo local y la autonomía comunitaria.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (2021), el turismo comunitario promueve la sostenibilidad al integrar aspectos económicos, sociales y ambientales, permitiendo que las comunidades preserven su identidad cultural mientras generan ingresos. Este tipo de turismo se caracteriza por ofrecer experiencias auténticas, donde el visitante tiene la oportunidad de interactuar directamente con la población local y conocer sus tradiciones, formas de vida y prácticas productivas.

Asimismo, el turismo comunitario contribuye a la valorización del patrimonio cultural, entendido como el conjunto de tradiciones, conocimientos, prácticas y expresiones que forman parte de la identidad de una comunidad. En este sentido, actividades como la producción agrícola tradicional, la gastronomía local y los saberes ancestrales se convierten en elementos clave para el diseño de productos turísticos. En el contexto de Ixtlahuacán, el turismo comunitario representa una oportunidad para diversificar la economía local, que actualmente depende en gran medida del sector agrícola. La producción de cacahuete, como actividad tradicional, puede ser integrada en una experiencia turística que permita a los visitantes conocer el proceso productivo y participar en actividades culturales, fortaleciendo así la identidad local y generando nuevas fuentes de ingreso.

## **Mercadotecnia social**

La mercadotecnia social es una disciplina que utiliza los principios y herramientas del marketing tradicional con el objetivo de influir en el comportamiento de las personas en beneficio de la sociedad. A diferencia del marketing comercial, que se enfoca en la venta de productos o servicios, la mercadotecnia social busca promover cambios sociales positivos, tales como el cuidado del medio ambiente, el respeto cultural y la adopción de prácticas responsables.

Según Philip Kotler y Lee (2011), la mercadotecnia social implica diseñar estrategias centradas en el público objetivo, considerando sus necesidades, valores y motivaciones, con el fin de generar un impacto social significativo. En el ámbito del turismo, esta herramienta resulta fundamental para promover destinos de manera responsable, evitando prácticas que puedan afectar negativamente a las comunidades receptoras.

En proyectos de turismo comunitario, la mercadotecnia social permite desarrollar campañas que no solo buscan atraer turistas, sino también educar al visitante sobre la importancia de respetar las tradiciones locales, el entorno natural y las dinámicas comunitarias. De esta manera, se fomenta un turismo consciente, en el que los visitantes se convierten en agentes activos del desarrollo sostenible.

En el caso de la Ruta del Cacahuate, la aplicación de estrategias de mercadotecnia social permitirá posicionar el destino no solo como una experiencia turística, sino como un proyecto con impacto social, donde el visitante contribuye al bienestar de la comunidad.

## **Comunicación intercultural**

La comunicación intercultural es el proceso mediante el cual personas de diferentes contextos culturales interactúan, intercambian significados y construyen entendimientos comunes. Este tipo de comunicación es esencial en el turismo, ya

que implica la relación entre visitantes y comunidades anfitrionas, quienes pueden tener valores, costumbres y formas de vida distintas.

La comunicación intercultural no solo implica el uso del lenguaje, sino también la comprensión de elementos culturales como las tradiciones, creencias, normas sociales y formas de expresión. En este sentido, es fundamental que las estrategias de comunicación turística sean sensibles al contexto cultural, evitando estereotipos o representaciones inadecuadas de las comunidades.

En el turismo comunitario, la comunicación intercultural favorece el respeto mutuo y el intercambio de conocimientos, permitiendo que el turista tenga una experiencia enriquecedora y que la comunidad conserve su identidad. Además, contribuye a la construcción de relaciones más equitativas entre visitantes y población local. En Ixtlahuacán, la comunicación intercultural es clave para el desarrollo de la Ruta del Cacahuate, ya que permitirá establecer un vínculo respetuoso entre los turistas y los productores locales, promoviendo el entendimiento de las prácticas agrícolas y culturales de la comunidad.

### **Promoción turística ética**

La promoción turística ética se refiere a la difusión de destinos y experiencias de manera responsable, considerando los impactos sociales, culturales y ambientales que puede generar el turismo. Este enfoque busca evitar la explotación de las comunidades locales, la sobrecarga de los recursos naturales y la pérdida de identidad cultural.

Una promoción turística ética implica comunicar de forma veraz y respetuosa, resaltando los valores culturales del destino sin distorsionarlos o comercializarlos de manera inadecuada. Asimismo, promueve la participación activa de la comunidad en la toma de decisiones relacionadas con la promoción y el desarrollo turístico.

En el contexto actual, donde el turismo masivo ha generado diversos impactos negativos, la promoción ética se presenta como una alternativa para construir modelos turísticos más sostenibles. Esto incluye el uso responsable de las redes sociales, la generación de contenido auténtico y la implementación de estrategias que prioricen el bienestar de la comunidad.

En la Ruta del Cacahuate, la promoción turística ética será fundamental para garantizar que el proyecto respete la identidad de la comunidad de Ixtlahuacán, evitando prácticas extractivas y asegurando que los beneficios del turismo se distribuyan de manera justa.

### **Integración conceptual del proyecto**

Los conceptos de turismo comunitario, mercadotecnia social, comunicación intercultural y promoción turística ética se articulan de manera integral en el desarrollo de la Ruta del Cacahuate. Este proyecto no solo busca crear una experiencia turística, sino también generar un impacto positivo en la comunidad, fortaleciendo su economía, identidad cultural y cohesión social.

El turismo comunitario constituye la base del proyecto, al promover la participación activa de la población local. La mercadotecnia social, por su parte, permite diseñar estrategias de comunicación orientadas a un turismo responsable, mientras que la comunicación intercultural garantiza el respeto y entendimiento entre turistas y comunidad. Finalmente, la promoción turística ética asegura que el desarrollo del proyecto se realice de manera sostenible.

De esta forma, la Ruta del Cacahuate se posiciona como una propuesta innovadora que integra diferentes enfoques teóricos para responder a las necesidades del contexto local, contribuyendo al desarrollo de un modelo turístico más justo, inclusivo y sostenible.

# DIAGNOSTICO DEL TERRITORIO

## Características del territorio

El municipio de Ixtlahuacán se localiza en el estado de Colima y se caracteriza por ser una comunidad rural con baja densidad poblacional. Su entorno geográfico está compuesto principalmente por zonas agrícolas, caminos rurales y paisajes naturales que reflejan la vida tradicional del campo.

El clima predominante es cálido, lo que favorece el desarrollo de actividades agrícolas, siendo el cultivo de productos como el cacahuate y el maíz una de las principales bases económicas de la población. La estructura territorial presenta una organización comunitaria donde los habitantes mantienen prácticas tradicionales y una fuerte identidad cultural.

Sin embargo, el municipio presenta limitaciones en infraestructura turística, señalización, servicios especializados y promoción del destino, lo que ha impedido su posicionamiento dentro del mercado turístico estatal.

### Recursos naturales

Ixtlahuacán cuenta con diversos recursos naturales que pueden ser aprovechados para el turismo comunitario:

- Paisajes rurales y agrícolas
- Parcelas de cultivo de cacahuate
- Clima favorable durante gran parte del año
- Caminos y senderos naturales

### Recursos culturales

La comunidad posee una riqueza cultural importante que puede integrarse en la experiencia turística:

- Producción tradicional de cacahuate
- Saberes agrícolas transmitidos de generación en generación
- Organización comunitaria
- Costumbres y formas de vida rurales

- Entorno tranquilo y no masificado

Estos recursos permiten el desarrollo de actividades como recorridos guiados, turismo rural, senderismo y experiencias de contacto con la naturaleza.

Estos elementos representan una oportunidad para ofrecer experiencias auténticas donde el visitante pueda conocer la vida cotidiana de la comunidad.

### **Gastronomía**

La gastronomía local es uno de los principales atractivos del territorio, destacando el uso del cacahuete en diferentes preparaciones:

- Dulces tradicionales de cacahuete
- Botanas y productos derivados
- Platillos caseros típicos de la región

La integración de la gastronomía en la ruta turística permite generar experiencias sensoriales y fortalecer la identidad cultural del destino.

### **Artesanías**

Aunque en menor medida, la comunidad puede desarrollar o fortalecer la elaboración de productos artesanales relacionados con su identidad, como:

- Productos derivados del cacahuete
- Elaboración de empaques artesanales
- Posibles souvenirs comunitarios

Esto puede representar una oportunidad de diversificación económica.

### **Tradiciones y festividades**

Las tradiciones locales forman parte fundamental de la identidad de Ixtlahuacán, destacando diversas celebraciones religiosas y comunitarias que fortalecen la convivencia social y la

### **Actores comunitarios**

El desarrollo de la Ruta del Cacahuete requiere la participación coordinada de diversos actores locales, quienes desempeñan un papel fundamental en la organización, promoción y ejecución

preservación cultural. Entre las más representativas se encuentran:

- 1 al 12 de diciembre, celebración a la Virgen de Guadalupe.
- 3 al 6 de enero fiestas patronales en honor a los Santos Reyes: celebración tradicional donde destaca el coloquio de los Chayacates, una representación cultural con gran valor histórico y simbólico en la comunidad.
- Una semana antes de Semana Santa, Feria del Melón
- 4 al 8 de septiembre, festividad de San Salvador y la Natividad.

Estas festividades no solo representan expresiones de fe, sino que también constituyen una oportunidad para el desarrollo del turismo comunitario, al integrarse como parte de la experiencia cultural que puede ofrecer la Ruta del Cacahuate, siempre bajo un enfoque de respeto a las tradiciones y a la comunidad local.

del proyecto. Entre los principales participantes se encuentran:

- Alexis Rafael Verduzco Mendoza, presidente municipal del municipio de Ixtlahuacán, Estado de Colima
- Representantes del ayuntamiento de Ixtlahuacán
- Productores de cacahuate de la comunidad
- Habitantes de la comunidad que participan en la organización y atención a visitantes
- Cocineras tradicionales encargadas de la preparación de alimentos derivados del cacahuate
- Autoridades locales
- Jóvenes interesados en el desarrollo turístico local

La participación de estos actores es fundamental para garantizar un enfoque comunitario y sostenible.

## **Análisis del potencial turístico**

A partir del diagnóstico realizado, se identifica que Ixtlahuacán cuenta con un alto potencial para el desarrollo del turismo comunitario, debido a la combinación de recursos naturales, culturales y productivos.

El principal elemento diferenciador es la producción de cacahuate, que puede convertirse en el eje de una experiencia turística auténtica. Asimismo, la tranquilidad del entorno, la identidad cultural y la disposición de la comunidad representan ventajas competitivas frente a destinos turísticos masificados. No obstante, es necesario fortalecer aspectos como la promoción turística, la organización comunitaria y la capacitación en servicios turísticos, con el fin de consolidar una oferta atractiva y competitiva. En este sentido, la creación de la Ruta del Cacahuate se presenta como una estrategia viable para aprovechar el potencial del territorio, generar beneficios económicos y promover un desarrollo sostenible.

## **RUTA TURÍSTICA PROPUESTA**

**Nombre de la ruta: “De la tierra a la mesa: Ruta del Cacahuate en Ixtlahuacán”**

### **Diseño de la experiencia turística**

La Ruta del Cacahuate puede adaptarse a distintos momentos del año con el fin de enriquecer la experiencia del visitante y fortalecer su atractivo turístico. En este sentido, la ruta puede coincidir con celebraciones locales como las fiestas patronales o la Feria del Melón y del Cacahuate, lo que permite integrar actividades culturales, gastronómicas y recreativas propias de la comunidad. Asimismo, el recorrido puede vincularse con las temporadas de siembra y cosecha del cacahuate, brindando a los visitantes la oportunidad de participar de manera directa en las actividades agrícolas. Esta articulación entre turismo, tradición y producción local fortalece el carácter vivencial de la experiencia y contribuye a un mayor aprovechamiento del potencial del territorio.

### **Lugares a visitar**

Durante el recorrido se contemplan los siguientes espacios dentro de la comunidad de Ixtlahuacán:

1. Museo de Ixtlahuacán (inicio del recorrido)
2. Grutas de San Gabriel (San Gabriel)
3. Sembradío de Cacahuate (Las Conchas)
4. Elaboración de Mazapán (Agua de la Virgen)
5. Restaurante “El Bordo”
6. Jardín principal de Ixtlahuacán (fin del recorrido)



### **Actividades del recorrido**

Las actividades están diseñadas para ofrecer una experiencia vivencial, participativa y cultural:

- Bienvenida comunitaria  
Presentación del proyecto y contexto local
- Recorrido guiado por cultivos  
Explicación del proceso de siembra y cosecha
- Taller demostrativo  
Proceso de tostado o preparación de productos derivados
- Degustación gastronómica  
Prueba de alimentos y productos elaborados con cacahuate
- Compra de productos locales  
Apoyo directo a la economía comunitaria

### **Duración de la experiencia**

La ruta tendrá una duración aproximada de 4 a 5 horas, lo que permite al visitante disfrutar de la experiencia de manera completa sin generar saturación.

Distribución del tiempo:

- Bienvenida: 30 min
- Recorrido agrícola: 1.5 horas
- Taller: 1 hora
- Degustación: 1 hora
- Tiempo libre/compra: 30 min

### **Tipo de experiencia**

La Ruta del Cacahuate está dirigida a grupos pequeños (10–15 personas), con el objetivo de garantizar una experiencia personalizada, evitar impactos negativos y fomentar la interacción directa con la comunidad.

### **Enfoque del proyecto**

La propuesta se basa en un enfoque de turismo comunitario sostenible, donde se prioriza la participación activa de los habitantes, el respeto a las tradiciones y la generación de beneficios económicos locales.

### **Valor agregado de la ruta**

Lo que hace única esta experiencia es la combinación de:

- Tradición agrícola
- Gastronomía local
- Participación comunitaria
- Experiencia vivencial

La Ruta del Cacahuate representa una propuesta innovadora de turismo comunitario en Ixtlahuacán, al integrar elementos culturales, productivos y sociales en una experiencia turística auténtica, sostenible y con impacto positivo en la comunidad.

# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

## Público objetivo

La estrategia de comunicación está dirigida principalmente a turistas nacionales, especialmente jóvenes entre 20 y 35 años, interesados en experiencias auténticas relacionadas con la gastronomía, la cultura y el contacto con la naturaleza. Este segmento se caracteriza por el uso constante de redes sociales para planear sus viajes, así como por su interés en actividades sostenibles y experiencias fuera del turismo convencional.

Asimismo, se considera como público secundario a familias y grupos de amigos que buscan alternativas de turismo rural y comunitario dentro del estado de Colima.

## Mensaje central

El mensaje central de la campaña será: **“Vive la tradición del cacahuete desde la raíz”**. Este mensaje busca transmitir la autenticidad de la experiencia, resaltando la conexión entre la tierra, la cultura y la comunidad, invitando al turista a formar parte activa del proceso.

## Narrativa turística

La narrativa de la Ruta del Cacahuete se construye a partir de la historia de la comunidad y su relación con la tierra. Se presenta al visitante como un participante en un recorrido que inicia en el cultivo del cacahuete y culmina en su consumo, destacando el valor del trabajo comunitario y las tradiciones locales.

La historia gira en torno a la frase: “de la tierra a la mesa”, donde el turista vive cada etapa del proceso, desde conocer a los productores hasta degustar los productos elaborados. Esta narrativa busca generar una conexión emocional con el visitante, promoviendo el respeto, la valoración cultural y el interés por experiencias auténticas.

## Medios de difusión

### Plataformas digitales a utilizar

Para la difusión de la Ruta del Cacahuate se emplearán diversas plataformas digitales que permiten alcanzar al público objetivo de manera efectiva y accesible.

Entre las principales se encuentran:

- **Facebook:** se utilizará para la difusión de información general del proyecto, publicación de eventos, promoción de la ruta y contacto con el público local y regional.
- **Instagram:** se enfocará en la publicación de contenido visual atractivo, como fotografías y reels que muestren la experiencia turística, la gastronomía y la identidad cultural de la comunidad.
- **TikTok:** se empleará para la creación de videos cortos y dinámicos que permitan mostrar de forma creativa el proceso del cacahuate, las actividades de la ruta y experiencias de los visitantes, generando mayor alcance en audiencias jóvenes.
- **WhatsApp:** funcionará como canal directo de comunicación con los interesados, facilitando la atención personalizada, reservaciones, envío de información y seguimiento a los visitantes.

El uso de estas plataformas permitirá posicionar la Ruta del Cacahuate en el entorno digital, fortaleciendo su visibilidad, promoviendo la participación del público y contribuyendo al desarrollo turístico del municipio.

## **Estrategia de contenido**

La estrategia se basará en contenido visual atractivo que muestre:

- Experiencias reales
- Cultura local
- Proceso del cacahuete
- Participación comunitaria

La estrategia se desarrollará bajo un enfoque de mercadotecnia social y comunicación intercultural, promoviendo el respeto por la comunidad, la participación local y la sostenibilidad del proyecto. Se evitará la sobreexplotación del destino, priorizando un turismo responsable y consciente.

## PRODUCTO PROMOCIONAL

# Ven y vive la RUTA DEL CACAHUATE en Ixtlahuacán

¡Descubre el sabor y la tradición

### Visítalos

- Recorre nuestros cultivos locales
- Sé parte del proceso artesanal del cacahuate
- Degusta botanas y platillos típicos
- Apoya a la comunidad comprando productos locales.

Turismo comunitario auténtico con sabor a tradición

¡Vive una experiencia única!

De la tierra a la mesa

Artesanías

Sabor local

Procesamiento

Cultivos

Facebook // RutaDelCacahuete

## CONCLUSIONES

A partir del análisis realizado en el municipio de Ixtlahuacán, se identifica que el territorio cuenta con un importante potencial turístico, derivado de la combinación de recursos naturales, culturales y productivos que lo hacen un espacio propicio para el desarrollo de propuestas de turismo comunitario. La producción de cacahuate, como actividad tradicional, representa un elemento diferenciador que puede ser aprovechado para generar experiencias auténticas y significativas para los visitantes.

En este sentido, el turismo comunitario se presenta como una alternativa viable para el desarrollo local, ya que permite la participación activa de la comunidad, la generación de ingresos y la preservación de la identidad cultural. A diferencia del turismo convencional, este enfoque promueve un modelo más justo y sostenible, en el que los beneficios se distribuyen de manera equitativa y se fortalece el tejido social.

Asimismo, se reconoce la importancia de la comunicación y la mercadotecnia social en la promoción de este tipo de proyectos, ya que no solo buscan atraer turistas, sino también fomentar prácticas responsables y respetuosas hacia la comunidad y su entorno. La implementación de estrategias de comunicación adecuadas permite posicionar el destino, visibilizar sus recursos y generar una conexión emocional con el público objetivo.

Por otra parte, la comunicación responsable juega un papel fundamental en el desarrollo del turismo comunitario, ya que evita la sobreexplotación del destino y promueve una representación ética de la cultura local. Es necesario que la promoción turística se realice con sensibilidad, respetando las tradiciones y garantizando la participación de la comunidad en todo el proceso.

Finalmente, el diseño de la Ruta del Cacahuate constituye una propuesta integral que articula el potencial del territorio con estrategias de comunicación y promoción, demostrando que es posible desarrollar proyectos turísticos sostenibles que generen beneficios económicos, sociales y culturales. Este proyecto representa una oportunidad para posicionar a Ixtlahuacán como un destino emergente de turismo comunitario en el estado de Colima, contribuyendo al desarrollo local y al fortalecimiento de su identidad.

## BIBLIOGRAFIA

Organización Mundial del Turismo (2021). Turismo sostenible y desarrollo comunitario.

Philip Kotler, P. & Lee, N. (2011). Marketing social: Influencing behaviors for good.

Secretaría de Turismo de México (SECTUR).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

## ANEXOS











# Ruta del CACAHUATE

IXTLAHUACÁN







