

Plan de trabajo del Proyecto Final

Módulo VIII: Comunicación y Mercadotecnia Social y Turística

Proyecto: *Diseño de una estrategia de comunicación y promoción para una ruta de turismo comunitario*

Equipo: *_A 20 MINUTOS DE TI*

Tabla de roles y organización interna

Integran t e/s	Rol dentro del proyecto	Responsabilidades principales
Alan	Coordinación e investigación	<ul style="list-style-type: none">- Coordinar el trabajo del equipo.- Elaborar la introducción.- Desarrollar el marco teórico-conceptual.

		<ul style="list-style-type: none"> - Revisar las referencias bibliográficas en formato APA.
Hilda	Diagnóstico y diseño de la experiencia turística	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar el diagnóstico del territorio. - Identificar recursos naturales y culturales. - Diseñar la ruta turística propuesta. - Elaborar mapas o esquemas del recorrido.
Hilda	Comunicación y promoción turística	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñar la estrategia de comunicación. - Definir público objetivo y mensaje central. - Diseñar el producto promocional (vídeo, folleto, campaña digital, etc.). - Apoyar en la integración visual del proyecto.

Alan	Integración final	<ul style="list-style-type: none"> - Redacción del problema turístico identificado. - Elaboración de conclusiones. - Integración del documento final. - Preparación de la presentación del proyecto.
-------------	-------------------	---

Plan de Trabajo

Apartado del proyecto	Periodo o sugerido	Actividades que deberán realizar	Responsables dentro del equipo	Producto o avance a entregar	Extensión sugerida
1. Portada	Integración final	Elaborar la portada con los datos institucionales	Equipo completo (revisión final).	Portada con datos institucionales del proyecto.	1 página

		s del proyecto.			
2. Introducción	17 de marzo	- Describir la comunidad o territorio analizado.- Explicar el contexto del turismo comunitario en el lugar.- Justificar la importancia de promover el destino.- Relacionar el proyecto con la comunicación y mercadotecnia social.-	Alan	Introducción que explique el contexto y propósito del proyecto.	½ cuartilla

		Responder la pregunta eje del módulo.			
3. Problema turístico identificado	17 de marzo	- Analizar el problema detectado en el diagnóstico previo.- Revisar el árbol de problemas elaborado anteriormente.- Explicar causas del problema de promoción turística.- Analizar por qué el destino no	Alan	Descripción clara del problema turístico que justifica el proyecto.	1 cuartilla

		está bien posicionado.			
4. Marco teórico–con ceptual		- Buscar bibliografía académica.- Explicar conceptos clave: turismo comunitario, mercadotecn a social, comunicació n intercultural, promoción turística ética.- Integrar citas y referencias.	Alan	Marco conceptual que sustente el proyecto.	1–2 cuartillas

<p>5. Diagnóstico del territorio</p>		<p>- Analizar característica s del territorio.- Identificar recursos naturales y culturales.- Documentar tradiciones, gastronomía, artesanías y festividades.- Identificar actores comunitarios.</p>	<p>Hilda</p>	<p>Diagnóstico del territorio con análisis del potencial turístico.</p>	<p>2 cuartillas</p>
--	--	--	--------------	---	-------------------------

6. Ruta turística propuesta		- Diseñar la experiencia turística.- Definir nombre de la ruta.- Seleccionar lugares a visitar.- Diseñar actividades del recorrido.- Estimar duración de la experiencia.	Hilda	Propuesta de ruta turística comunitaria.	1 cuartilla
------------------------------------	--	--	-------	--	----------------

<p>7.</p> <p>Estrategia de comunicación</p>		<p>- Definir público objetivo.-</p> <p>Diseñar mensaje central.-</p> <p>Construir narrativa turística.-</p> <p>Elegir medios de difusión (redes sociales, vídeo, folleto, etc.).</p>	Alan	<p>Estrategia de comunicación para promocionar la ruta turística.</p>	<p>1</p> <p>cuartilla</p>
<p>8.</p> <p>Producto promocional</p>		<p>- Diseñar el material promocional.-</p> <p>Crear contenido visual o audiovisual.-</p>	Hilda	<p>Producto promocional (vídeo, folleto, campaña digital, mapa turístico, etc.).</p>	<p>1–2</p> <p>cuartillas de explicación</p>

		<p>Explicar el objetivo del producto promocional.-</p> <p>Relacionarlo con la estrategia de comunicación.</p>			
<p>9.</p> <p>Conclusiones</p>	<p>Integración final</p>	<p>-</p> <p>Reflexionar sobre el potencial turístico del territorio.-</p> <p>Analizar la importancia del turismo comunitario.-</p> <p>Destacar la importancia de la</p>	<p>Alan</p>	<p>Reflexiones finales del proyecto.</p>	<p>½ – 1 cuartilla</p>

		comunicación responsable.			
10. Bibliografía	Integración final	- Registrar todas las fuentes utilizadas.- Organizar referencias en formato APA 7.	Alan	Lista de fuentes utilizadas.	Variab e
11. Anexos	Integración final	- Incluir fotografías del territorio.- Mapas de la ruta.- Capturas de redes sociales.- Material promocional.-	Hilda	Evidencias visuales y materiales complementarios.	Variab e

		Guión del video.			
--	--	---------------------	--	--	--



**Universidad
Intercultural
de Colima**

LICENCIATURA EN TURISMO COMUNITARIO

MÓDULO VIII 8TO GRADO

COMUNICACIÓN Y MERCADOTECNIA SOCIAL Y TURÍSTICA.

SUCHITLÁN

“A 20 MINUTOS DE TI”

HILDA GLORIA PASCUAL ASCENCIO

ALAN OMAR CASTANEDA GOMEZ

PROFESOR: LGT MIGUEL RAMSÉS COVARRUBIAS CÁRDENAS

24 DE ABRIL 2026

Introducción

En el siguiente texto, redactaré un poco sobre un pueblo mágico, no por categorización gubernamental, sino, algo más allá de un slogan turístico. Caracterizado por sus historias que suelen resonar en las sociedades colimenses, algunos comentan que es un lugar donde hay brujos, otros cuentan, que es un lugar muy basto en terrenos fértiles y barrancosos, que regalan momentos de conexión experiencia más profunda, y en donde puedes encontrar cosechas de las habitantes que por generaciones se han dedicado a la caficultura como herencia familiar. Personas que transmiten un pedazo de su diario vivir, de su cultura, a través de artesanías que suelen elaborar con madera que se recolectan por medio del conocimiento que tienen debido a la relación que existe con el territorio. Suchitlán, un pequeño poblado que, según INEGI son al menos “4836 personas” habitan ese territorio, son una comunidad de bastante cultura, pues al contar con distintas tradiciones como los paspajes o la danza de los morenos, esto por mencionar las más importantes.

Cuenta con algunos artesanos que se dedican a elaborar pequeñas piezas de madera talladas con técnicas ancestrales, mismas que son saberes que preservan como símbolo de unión en la familia, y que suelen irse quedando rezagados debido a la ola del mundo digital. Al ser una comunidad con herencia Náhuatl, ha habido varios intentos por implementar proyectos turísticos y/o culturales, que en muchas ocasiones terminan por quedar a medias y no se llevan a cabo debido a la falta de compromiso con la comunidad, solo bajan recursos y no les rinden cuentan. Esto nos habla del cansancio que como artesanos, cocineros rurales, habitantes en general generan en

relación a él gobierno y los nuevos modelos de implementación, esto por viva voz de un artesano que elabora petateras a escala.

De acuerdo a las experiencias previas que la comunidad ya tiene con proyectos de gobierno y la forma de comunicar su cultura, optaron por crear acuerdos entre artesanos y lograron poner una tienda de souvenirs en los portales del centro de Suchitlán, esto nos habla de la organización como forma de resistencia antes las adversidades para mantener sus actividades y promover su cultura. Nosotros al promover una actividad para resaltar la caficultura como símbolo de la herencia familiar, Germán, nos habla sobre la relación que tiene para él el café, y como vive desde su sentir, la elaboración del producto final, una taza de café, desde el desarrollo de la planta, el tostado manual del café, y el envasado de las porciones a ofertar. De esta manera, lo que buscamos en esta ocasión no es comunicar un producto, porque ya existe, nosotros fungimos como herramienta para buscar nuestro público objetivo, conocemos el perfil de personas que queremos que les llegue la información, para que pueda ser redituable para la familia cafetalera, a su vez Suchitlán por su cultura como símbolo identitario para los habitantes. Esto con la intención de reconocer los esfuerzos de la comunidad para conservar su autenticidad en contraste con los programas que les han intentado implementar. Conocer cómo es la relación de su diario vivir, el aprovechamiento que le dan a sus recursos para elaborar distintos oficios, en este caso centrándonos en lo que es la caficultura para la familia de German García quienes preservan las técnicas que se han ido dejado del lado debido a que los productores buscan cantidad antes que calidad.

PROBLEMÁTICA TURÍSTICA IDENTIFICADA

De acuerdo con lo recabado en las entrevistas, pudimos identificar que el turismo en la comunidad de Suchitlán es objetivamente gastronómico. Debido a la era de la productividad y la industrialización hay quienes optan por tener un ingreso económico fijo, y en sus tiempos libres suelen hacer sus artesanías, a través de técnicas que por herencia familiar son transmitidas a través de las generaciones. Esto ha llevado a los productores cafetaleros a optar por máquinas que facilitan y aceleran los procesos, haciendo énfasis en la productividad, para la mayor parte del gremio es más fácil la industrialización, debido a que acelera la productividad y les genera mayor ganancia. Lo que es importante problematizar es la pérdida cultural de las técnicas ancestrales que de manera transgeneracional se habían ido preservando con un sentido de identidad y romanticismo, al ser procesos que son transmitidos por miembros importantes de la familia. Es por ello que German preserva las técnicas con el motivo de no perder una costumbre que en su momento la mayor parte de los productores, sí no es que todos, lo hacían. Nos mencionó que existe un terreno grande donde aún puedes observar al pasar caminando las máquinas gigantes que en su momento cuando los productores de café estaban integrados en cooperativa, gestionaban el mantenimiento y uso para que todos los productores lograran obtener beneficios de las enormes máquinas.

En respuesta a lo anterior, German comenta que ha pensado en volver a dar uso de ese espacio, por generaciones su familia formó parte de la cooperativa y ha formado vínculos con algunos otros productores, que a pesar de que no llevan a cabo el mismo proceso, se apoyan si algún comprador de mayoreo busca una cantidad que no tengan,

menciono que se prestan o venden producto para acabar la venta, lo que refiere a una buena relación entre los productores. Es por eso que a primera instancia buscamos personas que logren tener una buena conexión con el entorno y la naturaleza, que cuide su huella ecológica y que logren ser parte de los procesos con la intención de conocer las actividades que se realizan para obtener una taza caliente de café a través de los sentidos como pueden ser el tacto el olfato o la vista.

MARCO METODOLÓGICO

De acuerdo con los antecedentes que hemos podido escuchar a través de los mismos artesanos que emplean técnicas ancestrales a través de los oficios que preservan por generaciones, podemos darnos cuenta que el marketing que han utilizado no ha sido con una compañía real de la comunidad, lo que da como resultado una campaña que carece de elementos que le da la autenticidad. Lo que se busca con este proyecto es que el producto que se oferte venga acompañado de información que la comunidad planifique. Esto con la intención de lograr que la campaña vaya dirigida con la intención de generar un cambio conductual, lo que responde al marketing social que es el tipo de marketing que queremos hacer, a través de la investigación que obtuvimos por medio de visitas de campo con los artesanos, una metodología participativa en la cual a través de grupos focales lo que nos permitió generar un vínculo directo y así identificar los sentimientos de ellos como comunitarios, artesanos y lo más importante como seres humanos.

Lo que se busca con esta ruta, es concientizar a través de **experiencias inmersivas**, que nos permitan introducirnos en la cotidianidad de los habitantes de la comunidad a través de los sentidos y la interacción con el proceso completo del café, esto con la intención de darle el valor a los elementos culturales que se preservan para comprender las distintas realidades desde adentro. Esto para enaltecer a Suchitlán, que como pueblo con herencia Náhuatl, tiene diversas tradiciones que responden a la memoria histórica del territorio, para revalorizar el paisaje y la comunidad es importante lograr una **comunicación** dirigida a un público el cual logre conectar con las actividades que pueden exigir algunas **barreras psicológicas**, lo cual es esencial para

tener una interacción con respeto. Es importante resaltar que la comunidad es quien debe ser parte fundamental en la toma de las decisiones y la planificación, esto para garantizar experiencias que sean transformadoras para el turista y que sea con un enfoque de **promoción turística con ética**, desde el sentipensar de la comunidad y con herramientas metodológicas que apoyen en el tejido social de la comunidad para garantizar un **turismo responsable**. Por ello es importante que las relaciones públicas en la comunidad estén firmes para la toma de decisiones. Cabe resaltar que los canales de distribución que usaremos serán en primera instancia con un público que sean conocidos, debido a que German comentó que busca hacer recorridos con grupos pequeños para que todos puedan ser parte de la **experiencia turística**, para cuidar la comunidad y a los turistas.

DIAGNÓSTICO DEL TERRITORIO

En la región norte del llamado pueblo blanco de comala, municipio del estado de colima, ubicado a las faldas del imponente volcán de colima se encuentra suchitlan un encantador pueblito que parece detenido por el tiempo.

rodeado de verdes y hermosos paisajes cafetaleros, montañas y cañaverales, este hermosos lugar es un atractivo turismo que destaca por su tranquilidad su clima fresco, su gente cálida y sus hermosas tradiciones ancestrales, en cada rincón de suchitlán se respira cultura tranquilidad y el aroma de un café de olla recién hecho y el fresco olor a tierra húmeda, este bello pueblo es el refugio natural que tiene una conexión profunda con la tierra y su vegetación pasando a ser el lugar perfecto para los amantes de la naturaleza y el senderismo ya que despertar en este bello lugar se vuelve una experiencia inolvidable entre árboles frondosos y un hermosa vista al volcán con su respectiva barranca eso y más es lo que nos ofrece este hermosos lugar disfrutable de ver sentir y oler.

RELIEVE

La barranca de Suchitlán se formó por la actividad volcánica del nevado de colima creando cañones y laderas escarpadas. siendo un relieve accidentado con zonas altas y profundas lo que ha favorecido la existencia de diversos microclimas.

TRADICIONES Y FESTIVIDADES

- La danza de los morenos
- Dia de la virgen de la salud
- Dia de la candelaria
- Carnaval de los paspaques

- Dia de san juan

GASTRONOMÍA

Basada principalmente en el maíz café y caña

- Tortillas hechas a mano
- Tatemado a la leña
- Enchiladas dulces
- Quesadillas
- Tamales de frijol y queso
- Pozole de pollo
- Cafe de olla
- Bate bebida de chia con piloncillo

ARTESANÍAS

- Máscaras de madera talladas a mano
- Canastos cafetaleros de carrizo
- Cestos de ropa o para guardar juguetes de carrizo
- Lámparas y adornos para el hogar
- Equipales
- Servilleteros, muebles y figuras de madera
- Servilletas y bordados artesanales

ACTORES COMUNITARIOS

- Artesanos

- Guías locales
- Productores de café
- Cocineras tradicionales
- Junta municipal comisaria
- Comité ejidal

RECURSOS NATURALES Y CULTURALES

La biodiversidad de este lugar es muy amplia ya que presenta una flora y fauna muy extensa

AVES	REPTILES	MAMÍFEROS
zanate mexicano	jabalí	iguana negra y verde
cuervos	venado cola blanca	boa constrictor
halcones	armadillo	coralillo verdadero
pájaro carpintero	puma	tortuga de río
colibri	tlacuache	tortuga casquito
torcazas	cacomixtle	abronia
chachalacas	mapache	lagartija espinosa

ÁRBOLES Y ARBUSTOS	PLANTAS Y FLORES	PLANTAS MEDICINALES
encino	flor de mayo	arnica
pino	begonia silvestre	estafiate
guasima	orquídeas	ruda
higuera silvestre	helechos silvestre	
primavera	enredaderas	
guaje guamúchil parota mango lima y limón	belen	

RECURSOS CULTURALES

tradición cafetalera artesanal	cultivo de café de sombra, y de árboles frutales y plantas medicinales
gastronomía típica	cocina de humo, el uso de fogón de leña
artesanías y máscaras	máscaras de madera de colorín y tejido de

	fibras naturales como canastas cestos etc
manifestaciones folclóricas y rituales	danza de los morenos
arquitectura y paisaje humano	viviendas tradicionales, patios llenos de árboles frutales

COMUNICACION Y PROMOCION TURISTICA

RUTA TURÍSTICA PROPUESTA

A 20 MINUTOS DE TI

NOMBRE: Tu ruta del café en suchitlán

DURACIÓN : 3 A 3.5 hrs aproximadamente

ETAPA	ACTIVIDAD	DURACIÓN
1.-Punto de reunión jardin principal de suchitlan	Iniciaremos la bienvenida y encuentro en el jardín de suchitlán	5 minutos
2.-Cafetales	Caminata por medio de senderos, explicación breve de selección de plantas y su proceso de cuidado. Así como la muestra del tipo de madera que se utiliza para el tueste, el proceso de	2.5 hrs

	secado y la razón del porque esas plantas.	
3.Taller del tostado y molido del café.	En este regreso es con la intención de que las personas puedan tener una interacción auténtica a través de los sentidos y el espacio para que todos puedan formar parte de la actividad de tostado.	de 40 a 60 minutos (según la cantidad de visitantes)
4.-Convivencia sobre el recorrido en la zona de envasado para la degustación de productos y compra de souvenirs.	En este punto ya es para finalizar y que los visitantes comenten sus inquietudes y poder probar el producto final que se obtiene a través de los saberes que heredan como patrimonio familiar.	20 a 40 minutos.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

Se diseñó una estrategia

PERFIL: turistas nacionales e internacionales que visitan colima, comala. Con la intención de conocer las raíces de las comunidades que albergan los frescos paisajes de la zona norte del municipio.

Amantes del café y las experiencias auténticas con un valor agregado que es transmitido a lo largo de las generaciones, senderistas que disfruten la conexión con el entorno y se interesen por lo que tenemos como flora y fauna del Estado, que se sumerjan por medio del sentipensar en la cotidianidad de la comunidad y logren encontrar la magia que coexisten en cada uno de los procesos por los cuales se verán inmersos.

PÚBLICO OBJETIVO Y MENSAJE CENTRAL

Jóvenes y adultos de entre 18 a 50 años que gocen de una condición física estable, que derriben las barreras psicológicas que nos creamos.

Conoce la caficultura y los procesos artesanales, aquellos que nos incentivan a encontrar la magia a través de los sentidos y la conexión con el entorno.



A **20** minutos de ti
— S U C H I T L Á N —

TU RUTA DEL CAFÉ EN SUCHITLÁN

Vive una experiencia auténtica, del cafetal a tu taza.



RECORRE EL CAFETAL

Conoce su historia, sus paisajes y la conexión con nuestra tierra.



APRENDE EL PROCESO

Descubre cómo cuidamos cada detalle para lograr un gran café.



LLÉVATE TU CAFÉ

Tu café de origen, recién tostado para disfrutar en casa.



RESERVAS
WhatsApp
312 201 50 51



PUNTO DE ENCUENTRO
Jardín principal de Suchitlán
Hora: 8:00 AM

COSTO POR PERSONA

\$250

Vive la experiencia. Lleva contigo el sabor de lo auténtico.

OBJETIVO DEL PRODUCTO

El objetivo principal de este flyer es posicionar la ruta del café de suchitlán como una experiencia turística accesible y auténtica.

El diseño del flyer se seleccionó como la pieza central del material promocional debido a su versatilidad y capacidad de síntesis.

en el mercado turístico actual especialmente para un destino como Suchitlán el objetivo primordial es captar al turista de oportunidad y al visitante local. Este producto busca posicionar la ruta del café como una experiencia accesible auténtica y educativa. con la finalidad de reducir la incertidumbre del viajero mediante una comunicación transparente que responda a las preguntas fundamentales de forma inmediata : por ejemplo qué actividades se realizarán, costo por persona como reservar y punto de encuentro, esta claridad busca eliminar las barreras psicológicas de compra y genera una conversión directa desde el primer contacto visual.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La relación entre el diseño gráfico y la estrategia de comunicación se fundamenta en la psicología del color y la jerarquía de la información, se ha implementado una paleta de colores orgánica, basada en verdes profundos y tonos crema, que no es meramente estética si no que busca conectar emocionalmente al usuario con los conceptos de naturaleza fresca y sostenibilidad.

Estos tonos remiten directamente a la planta del café y a la tierra de suchitlán, alineando la promoción con las tendencias de ecoturismo.

La jerarquía visual busca guiar al lector desde la emoción del paisaje del cafetal con el volcán hacia la lógica los pasos del proceso, culminando en la acción a través de una llamada a la acción.

IDENTIDAD Y MARCA:

Un elemento estratégico clave en este material es la integración del logotipo de comala pueblo mágico, al colocar este distintivo en la parte superior se utiliza el respaldo de una marca destino ya consolidada a nivel nacional. funcionando como un sello de garantía y credibilidad para que así el turista asocie la experiencia de la ruta del café con los estándares de calidad y riqueza cultural que presenta Comala.

FOMENTO DEL TURISMO RESPONSABLE Y CONCIENCIA AMBIENTAL

El flyer no es solo una herramienta de ventas sino también un vehículo de educación ambiental. invitando al turista a recorrer el cafetal y aprender el proceso la estrategia de comunicación promueve un modelo de turismo responsable, enfatizando la conexión directa con la tierra y el respeto por el ecosistema local lo cual es fundamental para mitigar el impacto ambiental en los senderos de suchitlán este enfoque promueve que el flujo de visitantes sea consciente de la fragilidad del entorno.

DESCRIPCIÓN DE LA COMUNIDAD

Suchitlán cuyo nombre proviene del náhuatl que significa lugar de flores

Es una comunidad indígena situada en las faldas del volcán de fuego en el municipio de Comala se distingue por su clima templado y su exuberante vegetación de cafetales y barrancas.

Es un territorio donde la identidad se mantiene viva a través de sus tradiciones, como la danza de los morenos, el carnaval de los paspaques y su reconocida producción artesanal de máscaras de madera talladas artesanalmente.

el turismo en suchitlan se ha vuelto cada vez mas turistico convirtiendose en un modelo de gestion local,a diferencia del turismo convencional aqui se busca practicar un turismo mas consiente con la base comunitaria donde los habitantes puedan ser los principales anfitriones para promocionar su propia cultura gastronomia y rutas turisticas y de senderismo, por lo tanto considero que promover un turismo de consiente y responsable es vital para suchitlan, ya que al incentivar la visita responsable en este lugar estaran generando alternativas economicas que beneficien a los habitantes y al mismo tiempo evitar la migracion de de los jovenes por mejores oportunidades permitiendo asi que los artesanos puedan seguir trabajando y elaborando sus productos para generar economia para ellos mismos sin tener que salir fue de su pueblo a trabajar o peor aun tener que vender sus tierras por falta de empleo u oportunidades, crean una resistencia cultural comunitaria buscando siempre la proteccion de la biodiversidad local frente a una urbanizacion desmedida por lo tanto el objetivo no es solo vender un destino si no generar un cambio de comportamiento en el visitante y en la comunidad, transmitiendo mensajes de respeto y valorizacion de lo artesanal, enfocandonos siempre en el bienestar comun de la comunidad asegurandonos que el turismo no degrade los recursos naturales ni propios valores del pueblo de suchitlan si no que en cambio se cree una fortaleza de tejido social y una concientización ambiental por parte del turista y de los mismos pobladores.

CARACTERÍSTICAS DEL TERRITORIO

UBICACIÓN Y RELIEVE:

Suchitlán se localiza en las faldas del volcán de fuego de Colima. su relieve es accidentado.

se caracteriza por:

ALTITUD: Se encuentra aproximadamente a 1100, 1200 metros sobre el nivel del mar, lo que le otorga un clima mucho más fresco que la capital del estado.

OROGRAFÍA: El terreno presenta pendientes pronunciadas, barrancas profundas como la del río suchitlán y suelos de origen volcánico.

CLIMA Y CLASIFICACIÓN:

A diferencia del clima cálido subhúmedo de las zonas bajas , el territorio de Suchitlán posee un clima templado húmedo-subhúmedo.

PRECIPITACIÓN: Es una zona con alta incidencia de lluvias durante el verano, lo que favorece una vegetación exuberante.

TEMPERATURA: Mantiene una media anual agradable, factor que define tanto su ecosistema como su atractivo para el visitante.

HIDROGRAFÍA Y SUELO:

CUERPOS DE AGUA: El territorio está surcado por corrientes superficiales y arroyos temporales que bajan de la zona montañosa. La presencia de barrancas es una característica geográfica dominante que divide el terreno.

RIQUEZA DEL SUELO: Al ser suelo volcánico es extremadamente fértil y rico en minerales, permitiendo el desarrollo de una biodiversidad específica.

ECOSISTEMA FLORA Y FAUNA: El territorio de suchitlán es una zona de bosque tropical caducifolio que se mezcla con bosque de encinos conforme se sube en altitud.

VEGETACIÓN: Destacan especies como la parota, la ceiba, el copal y, en áreas de cultivo, el café y árboles frutales.

CORREDOR BIOLÓGICO: Es parte de un ecosistema que sirve de refugio para aves migratorias y fauna local como venados cola blanca, armadillos y diversas especies de reptiles.

CONCLUSIONES

Se concluye que la implementación de la ruta que la ruta de café de Suchitlán dentro del proyecto a 20 minutos de ti, actúa como un mecanismo de resistencia frente a la industrialización desmedida que ha desplazado las técnicas ancestrales en Suchitlán. A través de este proyecto se logra transitar de un turismo meramente gastronómico y de paso hacia un modelo de turismo cultural inmersivo. Esto no solo preserva el sentido de identidad y romanticismo en la producción de café, sino que garantiza que los saberes de figuras como el joven Germán García y otras familias de la comunidad permanezcan vigentes como un activo económico y social para la comunidad.

El análisis del marco metodológico nos permite concluir que el éxito de una ruta turística en una comunidad con herencia náhuatl depende de la autenticidad del mensaje. Al diseñar una estrategia de comunicación basada en el marketing social se logra derribar las barreras psicológicas del turista convencional. La propuesta no solo busca vender un servicio sino que busca incentivar un cambio de conducta en el visitante invitándolo a una conexión profunda con el entorno natural y a una valoración real del trabajo artesanal lo que fortalece el tejido social de Suchitlán.

finalmente se determina que la ruta propuesta es altamente viable debido a su proximidad estratégica y su clara jerarquía de actividades.

BIBLIOGRAFÍAS

Instituto nacional de estadística y geografía INEGI 2023

Anuario estadístico y geográfico de Colima.

<https://www.inegi.org.mx>

Secretaria de turismo. 2020. pueblos con historia;Suchitlan, colima.gobierno de México.

<https://www.gob.mx/sectur>

ANEXOS

