

**TURISMO**  
*Estudios Empíricos*

**TURISMO EXPERIENCIAL BASADO EN LENGUAS INDÍGENAS Y TRAJES  
TÍPICOS DE PUTLA VILLA DE GUERRERO OAXACA: ESTUDIO DE  
FACTIBILIDAD <sup>1</sup>**

**EXPERIENCIAL TOURISM BASED ON INDIGENOUS LANGUAGES AND TYPICAL  
COSTUMER OF PUTLA VILLA DE GUERRERO OAXACA: FEASIBILITY STUDY**

---

Karina Carrada Osorio<sup>2</sup>  
Norma Isabel Aguilar Gaytán<sup>3</sup>  
Carmen Viridiana Cruz García<sup>3</sup>  
Centro Universitario Casandoo.  
México

**RESUMEN**

Factibilidad es el proceso para determinar la viabilidad de un proyecto por medio del análisis de la situación, a través de estudios de mercado, técnico y Económico-Financieros (Ramos-Chorro, 1979, RAE, 2015, Santos-Santos, 2008) que permite conocer el valor de una empresa, es la base para la toma de decisiones a nivel empresarial, al interior o de interacción con otras compañías (Gómez y Avendaño, 2010) y (como en este caso) sirve de base para proyectos de conservación y reconocimiento de elementos importantes de una comunidad (Acosta-Ferreya, 2014; Ramos-Chorro, 1979; Paredes-Américo, 2011). En esta investigación se realizó un estudio descriptivo. Se encuestó a 30 turistas. Se utilizó un muestreo aleatorio estratificado y estadística descriptiva. Los resultados mostraron una demanda del 60%. Un costo de inversión de \$397,185.51 y un precio individual por paquete de \$2,721.88 para un recorrido de 2 días y una noche (con transporte, hospedaje, talleres experienciales, materiales y desayunos).

**ABSTRACT**

Feasibility is the process to determine the viability of a project done with the analysis of the situation, through market, technical and economic-financial studies (Ramos-Chorro, 1979, RAE, 2015, Santos-Santos, 2008). In order to know the value of a company, is the basis for making decision at the corporate level, in the interior or in interaction with other companies (Gómez and Avendaño, 2010) and (as in this case) serves as a base of important elements for community conservation and recognition projects (Acosta-Ferreya, 2014, Ramos-Chorro, 1979, Paredes-Américo, 2011). In this research a descriptive study was carried out. Thirty tourists were surveyed. Stratified random sampling and descriptive statistics were used. The results showed a demand of 60%. An investment cost of \$ 397,185.51 and an individual price per package of \$ 2,721.88 for a 2-day and one-night tour (with transportation, lodging, experiential workshops, materials and breakfasts).

**PALABRAS CLAVE**

Factibilidad, turismo experiencial, trajes típicos, lengua indígena.

**KEYWORDS**

Feasibility, experiential tourism, feasibility study, indigenous languages.

---

<sup>1</sup> Recibido el 4 de marzo del 2018 y aceptado el 4 de abril de 2018.

<sup>2</sup> korisscarrada@hotmail.com

<sup>3</sup> mtra.norma@hotmail.com

En los últimos años se ha puesto más atención en la experiencia turística, así como en la valoración del patrimonio y el paisaje en sentido integral, percibidos de manera especial por el visitante como un valor y un atractivo turístico y por los agentes locales como un factor de calidad de vida, de desarrollo y de identidad territorial, por lo cual la gestión creativa de un espacio turístico aporta al manejo sostenible del territorio, le permite al turista interactuar con los habitantes, generar valor agregado y fomentar la identidad local (Cuenca y Prat, como se citó en Rivera-Mateo, 2013, p. 2). De esa manera se presentan ofertas diversificadas de recursos ligados a la naturaleza, la cultura y el patrimonio lo que involucra un turismo cultural y rural que intentan satisfacer una demanda cada vez más exigente y segmentada que, entre otras tendencias, manifiesta un claro interés por aprender, interpretar y conocer mejor el entorno al que se viaja (Rivera-Mateo, 2013).

En cuanto a un estudio de factibilidad, este se entiende como un proceso dentro de la realización de un proyecto, en el cual se busca resolver un problema organizacional por medio del análisis de la situación y mediante la realización de una serie de pasos (estudios tanto de mercado como técnico y Económico-Financiero) a través de los cuales se determina que tan viable es el proyecto (Ramos-Chorro, 1979, Real Academia Española, 2015, Santos-Santos, 2008).

Por otra parte los grupos “indígenas suman en el mundo alrededor de 370 millones de personas, que representan alrededor del 5% del total de la población pero también representan cerca del 15% de los pobres del mundo” (Acosta-Ferreira, 2014 Párr. 2). De acuerdo con la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2006, Como se ha podido constatar a través de la historia de nuestros países centroamericanos, párr. 91) la historia de los países centroamericanos, desafortunadamente, ha sido la negación de las culturas y lenguas indígenas que constituye una de las más graves violaciones a los derechos culturales de estos pueblos. En la medida que estas culturas y lenguas sigan marginadas de los programas nacionales de educación y de las principales políticas culturales de los estados, serán muestras irrefutables de la discriminación étnica y factor crítico para el desarrollo del turismo cultural.

Por ello el turismo de naturaleza y comunitario se presenta como un sector productivo con condiciones favorables para generar nuevas oportunidades de desarrollo, que atraigan tanto la inversión pública como privada en infraestructura y capacidad local para el turismo y la conservación sostenible en las zonas, por lo cual se hace necesario realizar estudios previos que generen una actividad dinámica y participativa, que sea compatible con la conservación del capital natural y con el desarrollo social (Ministerio de Cultura, como se citó en Duis-Urte, 2011, párr. 85). En ese sentido se sabe de diversos trabajos sobre el turismo experiencial en el ámbito intercultural (Rivera-Mateos, 2013, p. 200) o de estudios de factibilidad en países como Ecuador (Barreda, Buchara, Cuervo, Llaguno, Stone, y Killmer, 2005) adicionalmente los estudios recientes han demostrado que el turismo tiene efectos en la economía, en el intercambio cultural, en el entorno y en la comunidad receptora (Barreda, Buchara, Cuervo, Llaguno, Stone, y Killmer, 2005, p. 2). Pero a pesar de los esfuerzos desarrollados aún no se sabe la factibilidad de desarrollar turismo experiencial en algunas zonas rurales del estado de Oaxaca. Por esa razón este trabajo tuvo como objetivo determinar cuál es la factibilidad de desarrollar un proyecto de turismo experiencial basado en las lenguas indígenas y trajes típicos de Putla Villa de Guerrero Oaxaca, México. Por lo tanto el desarrollo de esta investigación permitirá conocer que tan viable resulta desarrollar un proyecto de turismo experiencial en la zona de estudio, lo que ayudaría a los habitantes de la zona a tener las bases para desarrollar proyectos que los beneficien directamente, y que además les ayuden en la conservación de su sistema cultural, que es muy rico y diverso, por lo cual proyectos como el que se propone podrían generar no solo un beneficio económico a la comunidad de estudio sino que, aportaría para el registro, el intercambio cultural, la apreciación y dignificación de la lengua y trajes típicos de la zona. Aunque es importante recalcar que una propuesta para cualquier proyecto de turismo experiencial relacionado con la cultura, el paisaje, y la convivencia deben buscar el menor impacto que puede ocasionar el turismo masivo. En este contexto, los programas de turismo "responsable" con enfoque cultural deben proponer: (a) desarrollar en forma sustentable los recursos turísticos, protegiendo el patrimonio natural y cultural, incluyendo formación y educación, labores de reconocimiento, sensibilización y apropiación social del patrimonio, (b) propiciar la participación de las comunidades en el desarrollo turístico, (c) promover la cultura local

como parte del producto turístico, (d) apoyar a los grupos locales en la elaboración de proyectos comunitarios, (e) incentivar la inversión para mejorar la infraestructura turística y (f) promover la corresponsabilidad institucional en la protección patrimonial (Ministerio de Cultura, como se citó en Duis-Urte, 2011, párr. 85).

---

## MÉTODO

### PARTICIPANTES

Se trabajó con 10 turista locales, 10 turistas nacionales y 10 extranjeros que se encontraban en el Centro Histórico de Oaxaca en el momento de realizar la encuesta, participaron turistas mayores de 18 años (Criterios de inclusión).

### MATERIALES

Se utilizó una lista de verificación para medir la factibilidad de desarrollar un proyecto de turismo experiencial basado en las lenguas indígenas y trajes típicos, de acuerdo a la información documental del marco teórico. La cual contenía elementos de un estudio técnico, económico-financiero y de mercado. También se elaboró un tríptico que contenía información sobre la propuesta de turismo experiencial y un cuestionario de 6 preguntas abiertas, 2 cerradas y una de opción múltiple, para analizar la demanda del producto.

### TIPO DE ESTUDIO O DISEÑO

Se trata de un estudio de factibilidad.

### PROCEDIMIENTO

Fase 1.- Se determinaron los elementos que integran un estudio de factibilidad.

Fase 2.- Con base en la información documental se elaboró una lista de verificación en la que se desglosaron los elementos necesarios para la operación de una agencia de viajes receptiva que ofreciera recorridos experienciales (estudio técnico).

Fase 3.- La lista de verificación también contenía todos los elementos de operación de producto necesarios para ofrecer un paquete turístico que incluyera el conocer trajes típicos y lenguas indígenas de Putla Villa de Guerrero Oaxaca, México en esa lista se incluyeron transporte, desayunos, taller con materiales, recorridos y hospedaje.

Fase 4: Con los datos de la lista de verificación se calcularon los costos de inversión de cada rubro con importes sin IVA (estudio económico financiero).

Fase 5: Con base en los costos de cada rubro se calculó por separado el costo de inversión, los costos de operación de un recorrido y los gastos de operación mensuales que incluyó cálculo de depreciación de mobiliario y equipo.

Fase 6: Se analizó el número de personas en México que realizan pagos con tarjetas y por pay pall (12%) de acuerdo a datos estadísticos.

Fase 7: A partir de los costos obtenidos y los gastos proyectados por mes, se calculó el costo del paquete (diseño de un presupuesto).

Fase 8: Con base en el costo del paquete se calculó una utilidad bruta del 30% (recuperación de la inversión), se calcularon también los importes de los impuestos y comisiones bancarias, se tomó como base la información obtenida en la fase 6.

Fase 9: A partir del costo del paquete, determinación de la utilidad bruta, costos y gastos técnicos (de operación) y los pagos de impuestos y comisiones, se calculó el precio de venta del paquete.

Fase 10: A partir del precio de venta obtenido, se realizó una proyección de la recuperación de la inversión.

Fase 11: Se elaboró un tríptico que contenía los elementos que integrarían el paquete con el objetivo de mostrarlo a los participantes que aportaron los datos relativos a la demanda del producto (estudio de mercado).

Fase 12: Se realizó un cuestionario para evaluar la mezcla de mercadotecnia (producto, precio, plaza y promoción) y la demanda del recorrido turístico propuesto.

Fase 13: Se aplicó el cuestionario a 30 turistas (10 locales, 10 nacionales y 10) extranjeros que evaluaron el precio del producto.

Fase 14: Con los datos obtenidos de los estudios técnico de operación, de producto de mercado y financiero, se determinó la factibilidad del proyecto.

## RESULTADOS

La Tabla 1 contiene los totales obtenidos de la aplicación del instrumento (lista de verificación) la cual refleja los costos y gastos totales necesarios para ofrecer un paquete turístico que incluyera un paquete de turismo experiencial basado en trajes típicos y lenguas indígenas de Putla Villa de Guerrero Oaxaca, México que incluyó transporte, desayunos, taller con materiales, recorridos y hospedaje.

Tabla 1

*Inversión y gastos de operación (se incluye el IVA)*

CONCEPTO	TOTAL
Inversión y gastos para el inicio de operaciones	353,979.91
Total de gastos de operación mensual	20,294.75
Gastos por recorrido experiencial	22,910.85
Importe total de inversión	<b>397,185.51</b>

La Tabla 2 contiene el procedimiento del cálculo del precio del paquete por persona

Tabla 2

*Precio del paquete por persona*

CONCEPTO	IMPORTE SIN IVA	SUMAS	OBSERVACIONES
Costo de tour para 19 pax (antes de impuestos	19,750.74		19 pax (cupo máximo del vehículo)
Gastos por 4 recorridos		79,002.96	Tomando como base una venta mínima de 4 viajes al mes
Gastos de operación mensuales	18,309.26		Para 4 paquetes
Suma de gasto de recorridos (4) más gastos mensuales		97,312.22	
Por 30 por ciento de Utilidad deseada	29,193.66		Tomando como base la suma de los gastos de recorrido más los gastos mensuales
Suma por gastos de operación mensuales, de recorridos experienciales incluyendo utilidad deseada		126,505.88	
Por 12% comisión pagos con tarjetas bancarias (pay pal)	15,180.71		
Suma de gastos y comisión de tarjetas bancarias		141,686.65	entre 76 (19 pax por 4 viajes)
COSTO INDIVIDUAL DEL PAQUETE ANTES DE IMPUESTOS	1,864.30		
Por 16 % de IVA	298.29		
Por 30% ISR	559.29		Porcentaje aproximado
<b>Precio final del paquete para una persona.</b>		<b>2,721.88</b>	Suma de costo individual más impuestos

En la tabla 3. Se pueden observar las respuestas arrojadas de la encuesta aplicada a los turistas.

Tabla 3

*Resultados del análisis de la demanda, respuestas con más alto porcentaje*

CONCEPTO	PORCENTAJE				PROMEDIO
	Elementos con porcentajes más altos	LOCALES	NACIONALES	EXTRANJEROS	
Grupo de edades	De 20 a 29	100	40	10	50
	70 a 79	0	0	50	17
Porcentaje de turistas que contratarían el paquete turístico propuesto.	Sí	100	80	0	60
Razones por las que los encuestados no contratarían el paquete propuesto	No contestó	0	10	60	23.33
	El tiempo	0		40	13.33
Precio que los turistas encuestados estarían dispuestos a pagar por el paquete turístico propuesto.	\$2,000.00	50	60	20	43.33
	\$2,500.00	20	20	10	16.67
Medios publicitarios a través de los cuales los turistas encuestados buscarían el paquete propuesto.	Internet	90	70	50	70.00
Tipo de buscador que utilizarían los encuestados al acudir a la red de internet para buscar un paquete como el propuesto.	Google	60	70	50	60.00

(continúa)



CONCEPTO	PERCENTAJE			PROMEDIO	
	Elementos con porcentajes más altos	LOCALES	NACIONALES		EXTRANJEROS
Palabra claves que pondrían los encuestados en el buscador de internet para encontrar un paquete turístico como el propuesto.	Turismo Oaxaca	20	70	20	36.67
Tipo de documento impreso donde le gustaría ver al turista el paquete	Tríptico	80	90	17	56.67
Preferencia de los encuestados por tomar talleres de trajes típicos y lenguas indígenas en la ciudad de Oaxaca.	Sí	100	80	50	76.67
Actividades adicionales que les gustaría realizar en Putla Villa de Guerrero Oaxaca, México, a los turistas encuestados	Nada	20	40	0	20.00
	Taller de platillos típicos de la comunidad	30	0	0	10.00
	Alguna festividad que represente o caracterice a la comunidad	20	0	0	6.67
	Visita a ríos y cascadas	20	0	0	6.67

La siguiente tabla (4) muestra el cálculo del tiempo aproximado de la recuperación de la inversión.

Tabla 4  
*Recuperación de inversión*

<b>CÁLCULO DE LA RECUPERACION DE LA INVERSIÓN</b>	<b>IMPORTE</b>	<b>REDONDEO</b>
30 por ciento de utilidad por paquete	384.12	
Gastos de inversión antes de impuestos	305,954.34	
Gastos de inversión entre la utilidad deseada por paquete	796.50	
Numero de paquetes que se requieren vender para recuperar la inversión		797
Entre 76 paquetes que se pueden vender en un mes	10.48	11
Se requieren 11 meses si se vender 4 viajes al mes para recuperar la inversión		

## DISCUSIÓN

De manera general en el estudio se puede observar que el proyecto propuesto es 60% factible de acuerdo al análisis de la demanda, tendría un costo de inversión total de 397,185.51, y un periodo de recuperación de 11 meses si vendieran 4 viajes al mes o se requiere vender 797 paquetes individuales para recuperar la inversión, el precio del paquete para tener una utilidad del 30% debería ser de \$2721.88, que se encuentra 722.00 pesos por arriba del promedio, pero en segundo lugar se encuentra el margen de precio promedio de 2,500.00 que estarían dispuestos a pagar la mayoría de los encuestados, lo que indica que con una adecuada promoción podría comercializarse el producto, aunque es importante desarrollar elementos adicionales en el paquete. Llama la atención que los turistas extranjeros no están interesados en adquirir el paquete. Además resalta el hecho de que el 100% de los turistas locales y el 80% nacionales estarían dispuestos a tomar un taller como el propuesto, pero en la ciudad de Oaxaca lo que muestra otros posibles puntos de venta. Desafortunadamente solo el 50% de los turistas extranjeros estarían dispuestos a tomar un taller de este tipo en la comunidad propuesta, pero sería importante estudiar la aceptación del paquete

propuesto con una muestra que se encuentre en otra zona del estado de Oaxaca, como la Costa por ejemplo.

Es probable que el bajo resultado obtenido para los turistas extranjeros se deba a la distancia de la zona propuesta puesto que, por comentarios de los encuestados se pudo apreciar que tenían poco tiempo para visitar el Estado de Oaxaca y por ello no podrían desplazarse a la comunidad propuesta.

Si el paquete incluyera otras cosas como es visita a ríos, cascadas, tener contacto con la naturaleza, exposiciones gastronómicas los turistas locales y nacionales estarían dispuestos a pagar más y que el mismo durara más tiempo. Sería conveniente desarrollar futuras investigaciones en las que se estudiara con mayor detenimiento la factibilidad de desarrollar la misma propuesta en la ciudad de Oaxaca y la demanda de productos similares.

Es sabido que en la actualidad y sobre todo en el estado de Oaxaca muchos proyectos se emprenden sin hacer un análisis previo, lo que los lleva a la quiebra, de ahí la importancia de desarrollar ejercicios como el que se propone en esta investigación. Por otra parte los datos anterior nos llevan también a la reflexión de que el fenómeno turístico ha evolucionado y el turista no solo requiere de un lugar para dormir o para comer, ahora demanda experiencias interculturales con la comunidad receptora, por ello es importante desarrollar proyectos que analicen tanto el aspecto económico como el elemento intercultural que permita determinar tanto las necesidades de la demanda como las posibilidades de la oferta, lo que permitirá un desarrollo armónico de los elementos involucrados en la experiencia turísticas.

## REFERENCIAS

---

- Acosta-Ferreya, V. (12 de agosto de 2014). Pueblos indígenas y turismo. *sipse.com información en todo momento*. Obtenido de <http://sipse.com/opinion/pueblos-indigenas-y-turismo-106715.html>
- Barreda, G., Buchara, D., Cuervo, J., Llaguno, D., Stone, S., & Killmer, A. (2005). *Estudio de factibilidad del turismo de naturaleza y comunitario*. Ecuador: Banco Internacional del Desarrollo.
- Duis-Urte. (agosto de 2011). Caminos e historias de la tierra cafetera - La unión entre territorio, paisaje cultural y su gente como producto experiencial del turismo cultural. *Universidad Externando de Colombia Turismo y sociedad*, 12.
- Gómez, J., & Avendaño, I. (diciembre de 2010). Gestión del riesgo corporativo y opciones reales. *Revista MBA EAFIT*, 68.
- Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2006). *La cultura y el turismo como medio de desarrollo socioeconómico*. Recuperado el 04 de mayo de 2016, de [www.oei.es](http://www.oei.es): <http://www.oei.es/cultura/culturamhmejia.htm>
- Paredes-Américo. (2011). Costume, folk. En M. W. T-Charlie, *Folklore: An Encyclopedia of Beliefs, Customs, Tales, Music, and Art*. California: ADC-CLIO.
- Ramos-Chorro, J. (1979). *Proyectos Agrícolas Metodología para su Formulación y Evaluación*. Lima Perú: IICA.
- Real Academia Española. (2015). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 09 de septiembre de 2015, de Real Academia Española: <http://buscon.rae.es/drae/srv/search?val=factibilidad>
- Rivera-Mateo, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo. En L. García-Rodríguez, & R. Tapia-Roldá, *Relaciones interculturales en la diversidad*. Córdoba, España : Universidad de Córdoba.
- Santos-Santos, T. (2008). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio*. Recuperado el 09 de septiembre de 2015, de [eumed.net](http://www.eumed.net): <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>