

## Gestión de un observatorio turístico de un pueblo mágico mediante inteligencia de negocios

**Nalleli Hernández Marroquin<sup>1</sup>**

[m21011189@orizaba.tecnm.mx](mailto:m21011189@orizaba.tecnm.mx)

<https://orcid.org/0009-0004-8722-8768>

Tecnológico Nacional de México/  
Instituto Tecnológico de Orizaba  
México

**Gabriela Cabrera Zepeda**

[Gabriela.cz@orizaba.tecnm.mx](mailto:Gabriela.cz@orizaba.tecnm.mx)

<https://orcid.org/0000-0002-6302-6166>

Tecnológico Nacional de México/  
Instituto Tecnológico de Orizaba  
México

**Edna Araceli Romero Flores**

[edna.rf@orizaba.tecnm.mx](mailto:edna.rf@orizaba.tecnm.mx)

<https://orcid.org/0000-0001-9058-9346>

Tecnológico Nacional de México/  
Instituto Tecnológico de Orizaba  
México

**Fernando Aguirre y Hernández**

[Fernando.ay@orizaba.tecnm.mx](mailto:Fernando.ay@orizaba.tecnm.mx)

<https://orcid.org/0000-0002-7926-6789>

Tecnológico Nacional de México/  
Instituto Tecnológico de Orizaba  
México

**Marcos Salazar Medina**

[Marcos.sm@orizaba.tecnm.mx](mailto:Marcos.sm@orizaba.tecnm.mx)

<https://orcid.org/0000-0001-6235-9973>

Tecnológico Nacional de México/  
Instituto Tecnológico de Orizaba  
México

### RESUMEN

El presente artículo tiene como finalidad explicar el desarrollo de un proyecto cuyo objetivo es gestionar un Observatorio turístico, aplicando Inteligencia de Negocios, con la finalidad de medir los indicadores del comportamiento del turismo en un Pueblo Mágico de México. Como parte de un programa de la Secretaría de Turismo que inició en 2001, se otorga el título de Pueblo Mágico a los municipios que cumplen con ciertas características y requisitos, destacando la riqueza cultural del país por medio de su historia, usos y costumbres, con el propósito de activar el turismo nacional en esas zonas. Los municipios participantes son evaluados año con año a partir de su incorporación, uno de los requisitos es la creación de un Observatorio Turístico que pueda dar información sobre el desarrollo de los pueblos a partir de su nombramiento. Para la creación del Observatorio Turístico se utiliza la metodología propuesta por la Organización Mundial de Turismo, donde se establece desde la delimitación del destino, los procesos participativos de los diferentes interesados hasta la presentación de los resultados. Otra metodología aplicada es la Inteligencia de Negocios que ayuda con la recolección, organización y análisis de la información, para la obtención de los resultados finales.

**Palabras clave:** *observatorio turístico; indicadores turísticos; inteligencia de negocios; pueblos mágicos*

---

<sup>1</sup> Autor Principal

# **Management of a tourist observatory of a magical town through business intelligence**

## **ABSTRACT**

The purpose of this article is to explain the development of a project whose objective is to manage a Tourist Observatory, applying Business Intelligence, in order to measure the indicators of tourism behavior in a Magical Town of Mexico. As part of a program of the Ministry of Tourism that began in 2001, the title of Magical Town is granted to municipalities that meet certain characteristics and requirements, highlighting the cultural richness of the country through its history, uses and customs, with the purpose of activating national tourism in those areas. The participating municipalities are evaluated year after year from their incorporation, one of the requirements is the creation of a Tourist Observatory that can provide information on the development of the towns from their appointment. For the creation of the Tourist Observatory, the methodology proposed by the World Tourism Organization is used, where it is established from the delimitation of the destination, the participatory processes of the different interested parties to the presentation of the results. Another applied methodology is Business Intelligence that helps with the collection, organization and analysis of information, to obtain the final results.

**Keywords:** *tourist observatory; business intelligence; tourist indicators; magical towns*

*Artículo recibido 01 abril 2023*

*Aceptado para publicación: 15 abril 2023*

## INTRODUCCIÓN

El presente artículo aborda la relevancia de la información turística de los Pueblos Mágicos en México, los Pueblos Mágicos surgen como parte de un programa de la Secretaría de Turismo que inició en el 2001 que continúa hasta la fecha, con la finalidad de apoyar la oferta turística en el interior del país, resaltando la historia y cultura de los municipios que sustentan el título (**Secretaría de Turismo, 2020**).

Los municipios participantes cuentan con el nombramiento de Pueblo Mágico y representan el patrimonio cultural, natural y biocultural de México, conservando con el paso del tiempo sus tradiciones, historia, usos y costumbres, que resaltan la riqueza del país. Hoy en día México cuenta con 132 pueblos mágicos que se han incorporado al programa (**Secretaria de turismo, 2022**).

La Secretaría de Turismo (**2020**) expide la Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos, que responde al Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 y el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, es un documento normativo que contiene los procesos y acciones de incorporación y permanencia al programa, fomentando el bienestar social, económico y turismo sostenible para los municipios.

De la Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos se desprende el Plan Anual de Evaluación de Pueblos Mágicos, que sirve como herramienta al gobierno para observar el impacto y desarrollo turístico del programa, además de valorar el cumplimiento de los lineamientos, que les permite conocer buenas prácticas y áreas de oportunidad para detectar que municipios requieren ayuda mediante un plan de fortalecimiento o en su caso revocar el nombramiento (**Secretaria de turismo, 2022**).

Uno de los lineamientos de permanencia es la generación de Información Turística, en la evaluación realizada en 2019 no se había logrado consolidar un sistema de información formal con el que evalúen el impacto socioeconómico de los Pueblos Mágicos, donde solo el 24% de 121 Pueblos Mágicos existentes ese momento, obtuvieron algún tipo de información sobre la llegada de turistas, esto según el Compendio Estadístico del Turismo en México (**Secretaría de Turismo, 2020**).

Derivado de la escasa información turística la Secretaría de Turismo contempla en uno de sus objetivos en el Plan Anual de Evaluación 2022, obtener información estadística y geográfica, para evaluación e implementación de políticas que favorezcan a los Pueblos Mágicos, a través de un Observatorio Turístico, que se debe publicar en primer trimestre del año 2023.

Un observatorio Turístico según la definición de la Secretaría de Turismo (2022) es el documento normativo e informativo, que ayuda a evaluar las acciones de los Pueblos Mágicos, además de generar análisis que permite a organismos públicos y privados a tomar decisiones referentes al bienestar y turismo sostenible de los municipios con nombramiento. También es conocido como una herramienta que gestiona información científica, generando análisis para la toma de decisiones con una base científica (Juárez, 2018).

Otra definición de Observatorio Turístico, es un sistema confiable y transparente, que genera información, hace análisis y evaluaciones de un lugar y tiempo determinado, con la finalidad de realizar tendencias para la toma de decisiones (Migliori, 2019). Bregolin (2019) menciona en un artículo que los Observatorio Turísticos son una herramienta para la gestión del conocimiento, satisfaciendo necesidades de información

La Organización Mundial de Turismo (OMT), cuenta con una Red Internacional de Observatorios del Turismo Sostenible (INSTO por sus siglas en inglés), donde publica la información de cada Observatorio que están incorporados, esto con la finalidad de que sirva como herramienta del desarrollo sostenible de los destinos turísticos. México cuenta con dos Observatorios incorporados de los estados de Guanajuato y Yucatán (INSTO, 2023).

La importancia de la existencia de un Observatorio Turístico en un destino es relevante para conocer el crecimiento y desarrollo turístico (Molina Velásquez & Báez Alcocer, 2017), pero también para saber cuál es el comportamiento y satisfacción de los turistas que visitan el Pueblo Mágico, para fortalecimiento de los servicios ofertados. Así como el cumplimiento de uno de los requisitos de permanencia en el programa de la Secretaría de Turismo.

Los Observatorios Turísticos se componen de indicadores turísticos que miden el avance del desarrollo del destino (Espinosa et al., 2020), y se construyen según necesidades de información y características de cada lugar en particular para que sean de utilidad y sirvan como base en la toma de decisiones. Ejemplos de indicadores referentes a hotelería son el promedio de noches de los turistas que pernoctan en el destino, ocupación hotelera y número de cuartos ofertados (Serrano et al., 2019).

Una definición de indicador según Guerrero e Infinita (2018) es que son parámetros o resultados de un caso en particular con un significado en específico, y otorga información que ayuda a descubrir y

entender ese parámetro que se evalúa. Un conjunto de ellos hace un sistema de indicadores con el que se entiende mejor el caso de estudio.

La Organización Mundial de Turismo (2023) define a los indicadores como elementos de datos que se dan en un tiempo y lugar en particular, siendo instrumentos de medición que persiguen un objetivo y permiten su comparación en diferentes temporalidades o períodos (Capece, 2016).

La gestión de un Observatorio Turístico en un determinado destino está dada por la colaboración de los prestadores de servicios turísticos, el gobierno e instituciones educativas (Aranda & Alvaro Silva, 2019), que aportan información relevante que sustenten los indicadores turísticos que se evalúan, así como la metodología, recolección de datos, tabulación y análisis requeridos para la presentación de la información final.

Se busca crear un Observatorio Turístico en un Pueblo Mágico de México que tenga un crecimiento derivado de su nombramiento, siguiendo la metodología de la Organización Mundial de Turismo (2005) presentada en su Guía Práctica: Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. En vinculación con el H. Ayuntamiento y su departamento de Turismo, un comité ciudadano, así como la institución educativa que llevará a cabo el proyecto.

Se usará también la Inteligencia de Negocios (Business Intelligence) como metodología de apoyo para la obtención, procesamiento y análisis de la información del destino seleccionado; según Josep Curto Díaz (2012) este proceso es la capacidad de crear y administrar la información con impacto positivo en las decisiones de la organización. Se dice que inicia cuando se identifican las fuentes de información (Dávila, 2015), y se recopila los datos para su análisis en busca de información valiosa para la toma de decisiones (Bayron & Andrés, 2011).

El uso de Inteligencia de Negocios en las organizaciones en general, permite tener un control de la información existente, la cual se somete a una evaluación para determinar su importancia para el negocio e identificar cual genera ventajas competitivas, en algunos casos la información existente no es suficiente y se tienen que identificar nuevas fuentes de información (Vanegas Alba, 2019).

El objetivo del trabajo es gestionar un Observatorio turístico, a través de sistemas de información, aplicando Inteligencia de Negocios, con la finalidad de medir los indicadores del comportamiento del turismo en un municipio de México.

## **METODOLOGÍA**

Se toma como referencia la metodología planteada por la Organización Mundial de Turismo para la elaboración de indicadores de desarrollo sostenible, adaptándola para un Ayuntamiento de México con una población de 123 mil habitantes que tiene el nombramiento de Pueblo Mágico, se consideran cuatro etapas: 1) investigación y organización, 2) elaboración de indicadores, 3) diseño e implementación de instrumentos de recolección de datos y 4) aplicación e implementación del Observatorio Turístico.

### **Fase 1. Investigación y Organización**

Es esta fase de definen las bases que formaran el Observatorio Turístico del Pueblo Mágico, además de detectar las necesidades de información de los prestadores de servicios turísticos y gobierno. A continuación, se enlistarán los pasos que se siguieron en esta fase:

- Definición del destino: se establecen los límites geográficos, al ser un ayuntamiento se considerará la extensión territorial de su jurisdicción. Así mismo se establece que las zonas colindantes (otros ayuntamientos) por su cercanía no se evaluarán ya que no pertenecen al programa de Pueblos Mágicos, pero se descartaran como turistas en la zona.
- Procesos participativos: el comité ciudadano del Pueblo Mágico que representa a los prestadores de servicios (hotelería, agencias de viajes, transporte, guías turísticos, restaurantes, eventos especiales, artesanos y seguridad) en conjunto con el área de Turismo del ayuntamiento, seleccionarán los asuntos prioritarios y la visión a largo plazo del destino.
- Identificación de los atractivos y recursos del destino: sitios históricos, parques, museos, recorridos, áreas naturales, eventos culturales, festivos y celebraciones propias del Pueblo Mágico.
- Inventario de fuentes de datos: se identificó la información turística que existe por parte del ayuntamiento y prestadores de servicios turísticos, se pudo observar que se cuenta con información relevante de número de visitantes a los principales atractivos, encuestas de perfil y satisfacción en temporadas vacacionales como parte del cumplimiento de las solicitudes que hace la Secretaría de Turismo. Sin embargo, carecen de sistemas de información que agilice y facilite el análisis para la toma de decisiones.

## **Fase 2. Elaboración de indicadores**

Es esta fase se definieron los indicadores que tiene mayor relevancia y pertinencia para el Pueblo Mágico, así como los requeridos por la Secretaría de Turismo, cada indicador debe responder a una necesidad específica que generen valor a las organizaciones públicas y privadas.

- Se realizó una revisión de indicadores de organizaciones nacionales e internacionales: donde se hace una investigación documental sobre los indicadores propuestos por la Organización Mundial de Turismo, Indicadores estratégicos propuestos en la Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos, Observatorios Turísticos de Guanajuato y Yucatán, y otros trabajos publicados sobre el tema.
- Identificación de indicadores: en conjunto con el área de turismo del Pueblo Mágico se seleccionaron los indicadores potenciales que se pueden evaluar en el destino referentes a la afluencia turística, perfil, hábitos de viajes y satisfacción.
- Procedimientos de selección: se realizó una revisión de los indicadores propuestos para descartar aquellos que no tienen mayor relevancia, disminuyendo el listado y acotando la información que se recabará. Los indicadores se evaluaron según la pertinencia, es decir que responda a un problema específico; comparabilidad en el tiempo, viabilidad de obtener información, credibilidad y claridad de la información.

## **Fase 3. Diseño e implementación de instrumentos de recolección de datos**

Un punto importante son los recursos humanos, técnicos y tecnológicos con los que se cuentan para la implementación y realización del proyecto, para poder diseñar los instrumentos de recolección de datos y metodologías que se usaran para el Observatorio Turístico.

Los recursos que se obtuvieron para la realización del proyecto fueron escasos, derivado de que no se contó con un presupuesto financiero, sin embargo, se pudo realizar gracias a las herramientas gratuitas como formularios y almacenamiento de Google y licencias de la paquetería de Microsoft obtenidas por parte de la institución educativa, así como el recurso humano de la misma institución. Un elemento importante fue la accesibilidad de la información, permisos y accesos a los principales atractivos por parte del ayuntamiento donde se llevó a cabo la recolección de la información.

En la realización de los instrumentos se vuelve a evaluar los indicadores, de acuerdo con: la frecuencia de recopilación, fuentes y características de los datos, sometiendo a revisión el listado final, para

proceder al diseño de los instrumentos. Los indicadores finales se dividieron en cuatro secciones, como se puede observar en la tabla 1.

**Tabla 1.** Indicadores Turísticos para un Pueblo Mágico de México

<b>Afluencia Turística</b>	<b>Perfil</b>
1. Llegada de visitantes	1. Número de veces en el destino
2. Llegada de visitantes que pernoctan	2. Tiempo promedio de última visita
3. Ocupación Hotelera	3. Grupo de viaje
4. % de turistas Nacionales	4. Tamaño de grupo de viaje
5. % de turistas Internacionales	5. % de niños por grupo
	6. % de adultos mayores de 60 por grupo
	7. Promedio de edad
<b>Hábitos de viaje</b>	<b>Satisfacción</b>
1. Motivo principal de viaje	1. % de excelencia del Pueblo Mágico
2. Tiempo de planeación de viaje	2. % de excelencia de los establecimientos de alimentos y bebidas
3. Promedio del gasto turístico en el destino por día	3. % de excelencia de los establecimientos de hospedaje
4. Tipo de alojamiento	4. Cumplimiento de expectativas del destino
6. Estancia promedio turistas que pernoctan	

**Para obtener la información se tuvieron las siguientes fuentes:**

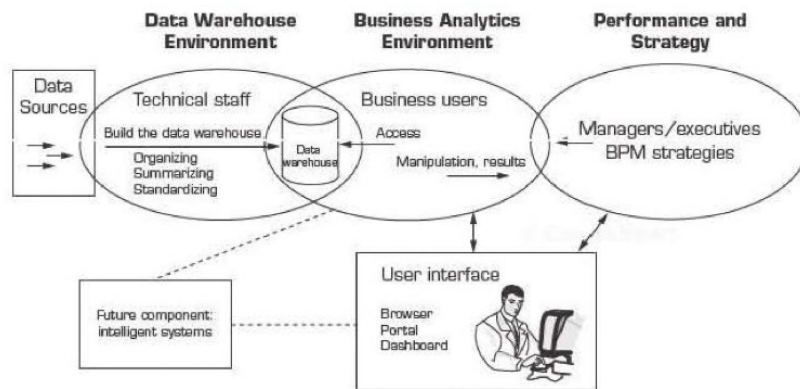
- Número de entradas de los atractivos
- Registro de la procedencia de los turistas en atractivos
- Aplicación de encuestas a turistas
- Registro de ocupación hotelera

#### **Fase 4. Aplicación e implementación del Observatorio Turístico**

Esta fase es dónde se lleva a cabo el desarrollo e implementación de la obtención y registro de la información para la construcción de los indicadores que tendrá el Observatorio Turístico. Para la recolección, organización y análisis de la información de las diferentes fuentes de datos nos apoyamos de la metodología de Inteligencia de Negocios, y se toma como referencia el proceso propuesto por Efraim Turban (2011), en su libro *Decision Support And Business Intelligence Systems*, el esquema propuesto lo podemos ver en la figura 1.



**Ilustración 1** *Arquitectura de la Inteligencia de Negocios, fuente Efraim Turban, R. S. (2011). Decision Support And Business Intelligence Systems (9th Edition). [http://archive.org/details/Decision-Support-And-Business-Intelligence-Systems\\_201808](http://archive.org/details/Decision-Support-And-Business-Intelligence-Systems_201808)*



#### 4.1. Fuentes de datos

El primer paso dentro de la arquitectura de la inteligencia de negocios es la obtención de información, para la implementación del Observatorio Turístico la principal fuente de datos que se tiene es a través de la aplicación de encuestas a los turistas, por medio de una investigación descriptiva transversal, que se realizó por muestreo aleatorio simple.

Se diseñaron dos instrumentos de recolección de datos que se utilizaron en diferentes momentos de la estancia del turista, el primero a su llegada para obtener información sobre sus hábitos de viaje y el segundo al finalizar sus actividades, conociendo así su satisfacción. La investigación se realizó a una muestra de los turistas que llegaban al Pueblo Mágico, en la que se consideró la siguiente fórmula (Gallego, 2004):

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

**Donde:**

n = muestra

Z = nivel de confianza del estudio

N = población

p = proporción aproximada del fenómeno de estudio

q = proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno (1-p)

d = nivel de precisión absoluta

**Se realiza la sustitución de los datos:**

$$n = \frac{(13,613)(1.96^2)(0.7)(0.3)}{0.05^2 (12,613 - 1) + 1.96^2(0.7)(0.3)} = 315$$

Para fines de los estudios se realizaron 330 encuestas para cada uno mensualmente.

#### **4.2. Ambiente del Data Warehouse**

Para el almacenamiento de los datos se utilizó personal para la recolección, organización y almacenamiento de la misma. La recolección de la información se inició en noviembre 2022 con la finalidad de obtener datos de la temporada alta (vacacional) y baja (no vacacional), realizada en el principal atractivo del Pueblo Mágico, con ayuda de alumnos de la institución educativa, en días y horarios estratégicos con mayor representatividad.

La información se organizó y almacenó en la nube de Google que se obtuvo de forma gratuita al contar con una cuenta de correo de Gmail, posteriormente se exportó a Excel de Microsoft y se resguardó en dos computadoras. Otras fuentes de información como número de entrada a los atractivos, registro de nacionalidades y registro de ocupación hotelera, se resguardaron de igual forma en bases de datos en Excel en la nube de Google y en el computador.

#### **4.3. Ambiente de la Inteligencia de Negocios**

Una vez obtenida la información se procede a su procesamientos y análisis, esta tarea es realizada por un analista procedente de la institución educativa, con ayuda del programa Excel de Microsoft y sus funciones Power Pivot, Tablas Dinámicas y Macros.

Del análisis de datos se generó un Dashboard con la información de los indicadores presentados anteriormente, abarcando temporada alta y baja, además de generar infografías del perfil de los turistas que llegan al Pueblo Mágico.

#### **4.4. Desempeño y Estrategia**

Los resultados de los indicadores del Observatorio Turístico, se compartieron con los involucrados en le proyecto, personal de turismo del H. Ayuntamiento y Comité de Pueblo Mágico, sirviendo como referencia para trazar sus estrategias y planes entorno al turismo. Así como identificar áreas de mejora para incrementar la satisfacción del turista en diferentes puntos de contacto como los atractivos, establecimientos de alimentos y bebidas y de hospedaje.

La evaluación de los indicadores es constante para poder obtener un comparativo en un futuro y conocer el avance o retroceso en los mismos, y conocer los impactos de la toma de decisiones y proyecto ejecutados a partir de la información presentada al inicio.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

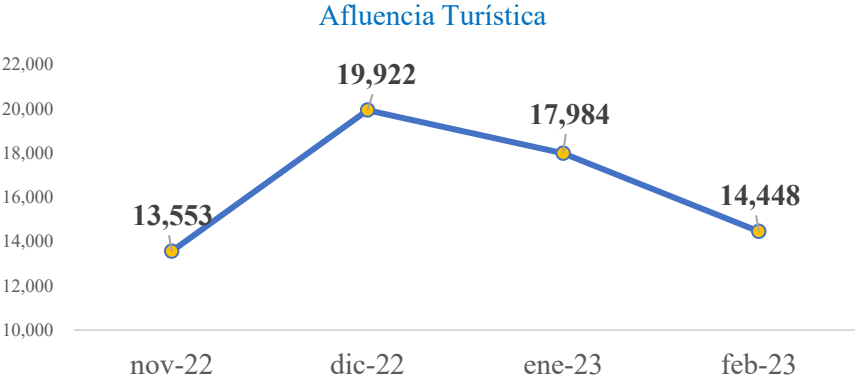
Este artículo tiene como finalidad mostrar el cumplimiento del objetivo del proyecto que aborda dos objetivos particulares, el primero es el desarrollo metodológico para lograr la implementación de un Observatorio Turístico en un Pueblo Mágico, cumpliendo así uno de los requerimientos de permanencia en dicho programa.

El segundo son los resultados de la medición de los indicadores que forman el Observatorio Turístico, a continuación, se presentará la información de los primeros indicadores evaluados, por lo que no se cuenta con histórico para su comparación, pero si se podrá observar los datos por mes de noviembre 2022 a febrero 2023, que contempla la temporada alta de invierno (del 15 de diciembre 2022 al 8 de enero 2023) y temporada baja (días y meses que no considera la temporada de invierno).

### Indicadores Turísticos

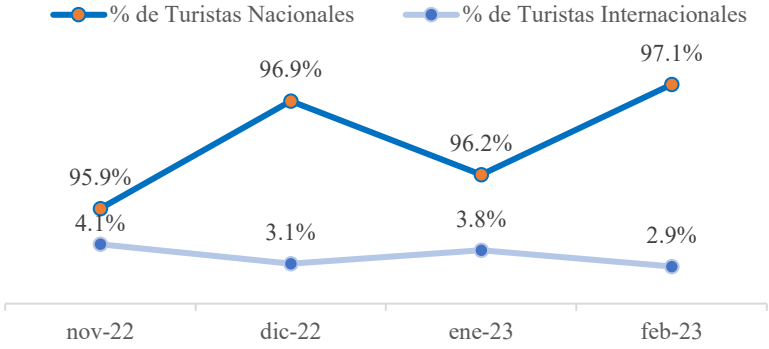
Uno de los principales indicadores es la llegada de turistas, que representa el crecimiento de un destino turístico, en la ilustración 2 se puede observar un crecimiento en la afluencia en los meses de diciembre 2022 y enero 2023, que son los meses que contemplan días de vacaciones de invierno, y posterior baja en el mes de febrero 2023 ya que no es un periodo vacacional.

**Ilustración 2.** *Llegada de Turistas a un Pueblo Mágico*



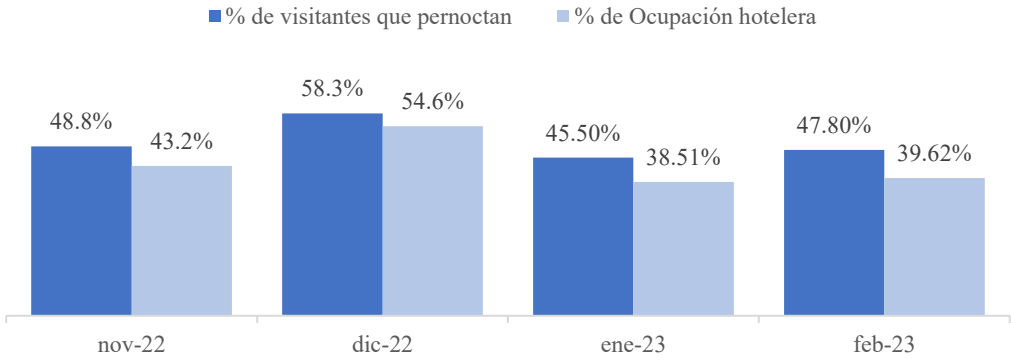
Un dato relevante es conocer la procedencia de los turistas, ya que habla del posicionamiento del destino a nivel nacional e internacional, al ser un Pueblo Mágico de México es natural que el turismo interno (nacional) sea mayor, los meses donde más turismo internacional se tuvo es en noviembre 2022 y enero 2023, se seguirá monitoreando estos datos para evaluar su avance.

**Ilustración 3.** *Turistas nacionales e Internacionales*



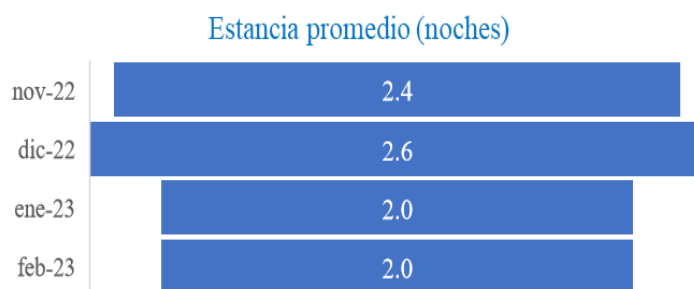
Otro indicador que hace referencia a la afluencia turística es el porcentaje de los turistas que llegan y pernoctan en el destino, es decir, si se hospedan por lo menos una noche, incrementando así la derrama económica en el destino. Además, es directamente proporcional con el porcentaje de ocupación hotelera, en la ilustración 4 se observa que el crecimiento y decremento es similar, relacionado a las llegadas de los turistas en diferentes temporalidades.

**Ilustración 4.** *% de visitantes que pernoctan y % de ocupación hotelera en el destino*



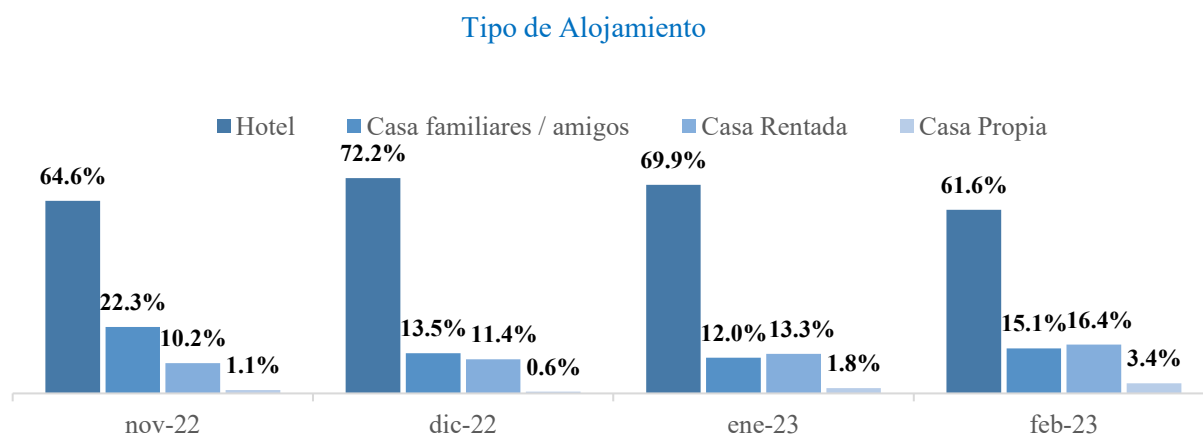
La estancia promedio de los turistas que pernoctan varía dependiendo la temporada del viaje, en el mes de diciembre 2022 es mayor por las vacaciones de invierno con 2.6 noches promedio (véase ilustración 5) y se mantiene estable para enero y febrero 2023 con 2 noches promedio.

**Ilustración 5.** Estancia promedio (noches) en un Pueblo Mágico



No todos los turistas que pernoctan se hospedan siempre en hoteles, ya que existe diferentes ofertas de alojamiento como la renta de casas, departamentos o cuartos (para este estudio lo englobamos como casa rentada), también se hospedan en casas de familiares o amigos, y en un porcentaje más pequeño algunos turistas tienen casa propia en el Pueblo Mágico. En la ilustración 6 se puede ver la participación de cada uno, donde hotel representa la forma más común de hospedaje.

**Ilustración 6.** Tipo de Alojamiento en un Pueblo Mágico



Después de conocer algunos datos de los turistas tales como su procedencia, surge la incógnita de saber cuál es el motivo de su viaje al Pueblo Mágico, en la tabla 2 se puede ver que en los diferentes meses el principal motivo de su viaje es por vacaciones o recreación, seguido de la visita a familiares o amigos, otros motivos que resaltan en menor medida son los eventos culturales, deportivos y sociales.

**Tabla 2.** *Principal motivo de viaje de los turistas que visitan un Pueblo Mágico*

<b>Principales motivos de viaje</b>	<b>nov-22</b>	<b>dic-22</b>	<b>ene-23</b>	<b>feb-23</b>
Vacaciones / Recreación	67.9%	76.1%	84.1%	77.8%
Visitas a familiares / amigos	18.8%	14.8%	9.1%	11.7%
Evento cultural	3.0%	0.9%	0.0%	0.0%
Negocios / motivos profesionales	3.0%	2.4%	1.8%	5.0%
Evento deportivo	2.1%	1.5%	0.9%	0.0%
Salud y atención médica	0.6%	1.2%	0.5%	1.1%
Evento social	1.8%	0.9%	0.9%	2.8%
Estan de paso en la ciudad	1.5%	0.6%	0.9%	1.1%

El tiempo promedio que utilizan para la planeación de su viaje al Pueblo Mágico es de hasta un mes, en la ilustración 7 se observa que los turistas tienen mayor planeación para las vacaciones de diciembre 2022 y menor para el mes de febrero 2023. Estos resultados reflejan la cercanía de los turistas al destino, como se vió anteriormente el turismo nacional es el que predomina, por lo que no necesitan un periodo mayor en la preparación del viaje.

**Ilustración 7.** *Tiempo promedio de planeación de viaje en días*



Uno de los grandes beneficios del turismo es la derrama económica que dejan en el destino, durante su estancia el turista consume alimentos, se hospeda, compra artesanías, adquiere entradas a atractivos, paga transporte, entre otros. En la mayoría de los meses se puede ver un gasto entre \$800.00 y \$1,199.00 pesos mexicanos.

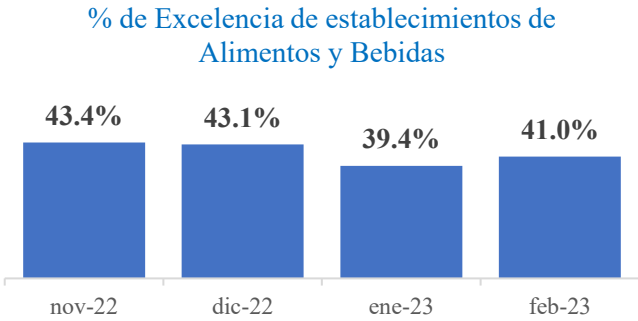
**Tabla 3.** Gasto personal por día en el Pueblo Mágico (incluyendo transporte y hospedaje)

Gasto personal por día	nov-22	dic-22	ene-23	feb-23
Menos de 500	28.2%	21.5%	16.0%	14.6%
De 500 a 799	29.3%	28.8%	26.3%	26.5%
De 800 a 1,199	23.8%	28.8%	35.2%	40.4%
De 1,200 a 1,599	9.5%	10.4%	13.6%	11.2%
Más de 1,600	9.2%	10.4%	8.9%	7.3%

El turista al finalizar su viaje en el destino se queda con una percepción respecto a la experiencia vivida en el Pueblo Mágico, es por ello que se evalúa su satisfacción por medio de una escala likert (excelente, bueno, regular, malo y muy malo), considerando como indicador al porcentaje de las turistas que consideran su experiencia como excelente.

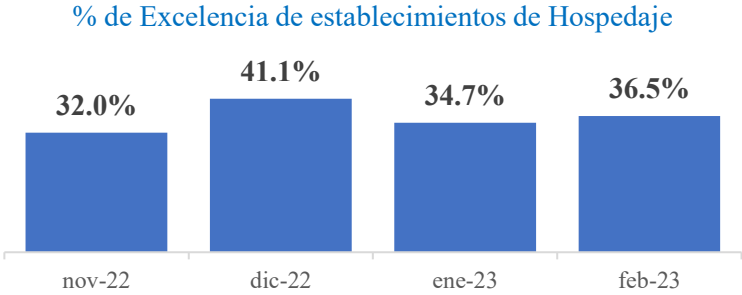
Uno de los puntos de contacto del turista en cualquier destino es referente a la degustación y consumo de la gastronomía típica de la zona, hay una disminución en la satisfacción en el primer bimestre del año 2023, pero que se mantiene en un rango de 4 de cada 10 personas consideran que son excelentes los establecimientos de Alimentos y Bebidas, se observa que hay un área de oportunidad para mejorar en el servicio ofrecido a los turistas, para alcanzar y superar los niveles de meses anteriores (ilustración 8).

**Ilustración 8.** % de Excelencia de establecimientos de Alimentos y Bebidas en un Pueblo Mágico



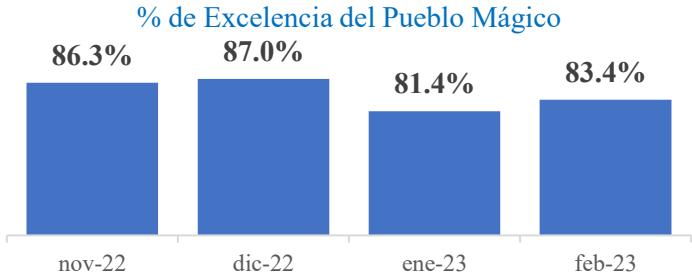
De los turistas que pernoctaron al menos una noche en el Pueblo Mágico, calificaron a su establecimiento de hospedaje, considerando en este rubro hoteles y casas rentadas. En la ilustración 9 se observa que el porcentaje de excelencia va desde 32.0% en noviembre 2022 a 36.5% en febrero 2023, en diciembre 2022 es donde se tiene una calificación mayor.

**Ilustración 9.** % de excelencia de establecimientos de hospedaje en un Pueblo Mágico



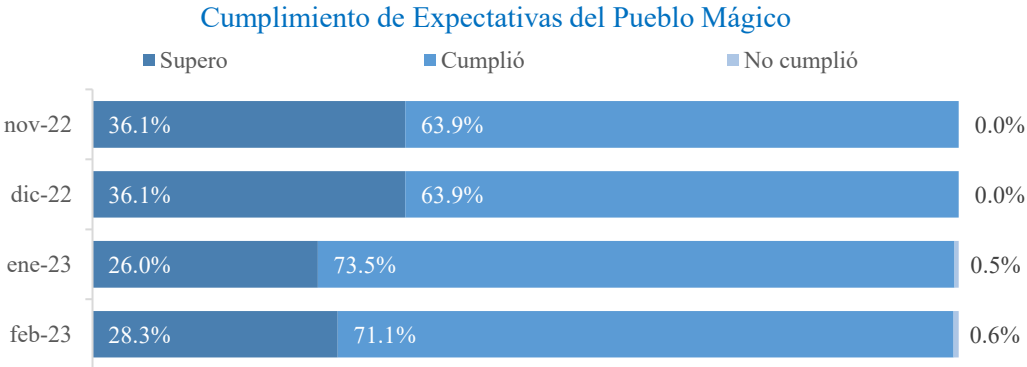
A diferencia de las calificaciones de excelencia para los establecimientos de hospedaje y alimentos y bebidas, la satisfacción sobre el Pueblo Mágico en general es alta ya que obtuvo más del 80% en los cuatro meses de su evaluación (ilustración 10). En el primer bimestre del año 2023, se observa una baja de la satisfacción, aunque tiene tendencia a mejorar.

**Ilustración 10.** Porcentaje de excelencia del Pueblo Mágico



Otro indicador que reafirma la satisfacción del turista en el Pueblo Mágico es el cumplimiento de expectativas, es decir si se superó, cumplió o no se cumplió con lo que el turista esperaba que fuera el destino, derivado de recomendaciones, publicidad, fotos, vídeos o reseñas, entre otros, que hacen que el turista llegue al destino con una idea preconcebida del destino. En la ilustración 11 se observa que es mínimo o nulo en algunos meses el porcentaje que indica que el destino no cumplió con sus expectativas.

**Ilustración 11.** Cumplimiento de expectativas del turista sobre el Pueblo Mágico

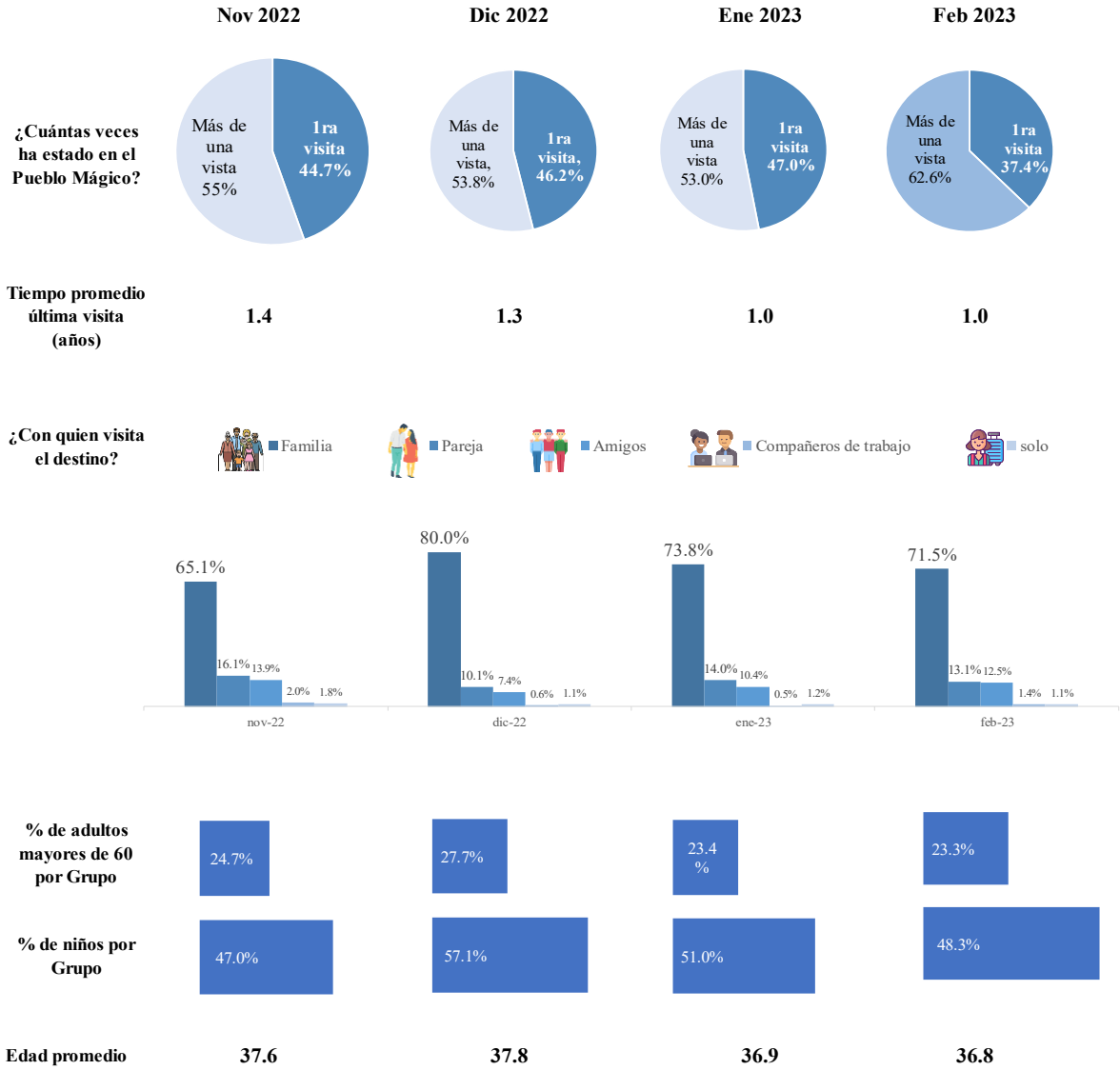




El Observatorio Turístico, también monitorea el perfil de los turistas que llegan al Pueblo Mágico, la información recabada se resume en la siguiente infografía (ilustración 12), se observa que más del 50% de los turistas ha visitado más de una vez el destino y que decidieron volver derivado de su experiencia anterior. El tiempo de su última vista varía entre 1 año a 1.4 años.

Se puede afirmar que el Pueblo Mágico es un destino familiar principalmente, con un alto porcentaje de niños (menores de 12 años) en los diferentes grupos, con más del 40% en los diferentes meses. La asistencia de adultos mayores también es visible con una participación en los grupos de rangos que van del 23 a 27%.

**Ilustración 12. Infografía del Perfil de los turistas de un Pueblo Mágico**



## CONCLUSIONES

La unión de diversos actores como el gobierno, iniciativa privada e instituciones públicas permite realizar proyectos pertinentes para beneficio común, claro ejemplo es la participación que hubo para la gestión del Observatorio Turístico en un Pueblo Mágico de México. Donde el mayor beneficio es la información generada para la toma de decisiones con mayor certidumbre y dirigida a un mercado conocido.

Este artículo presenta los resultados de los primeros meses de evaluación y funcionamiento del Observatorio Turístico, con información de los turistas que no se conocía anteriormente, entre los hallazgos más importantes fue conocer la procedencia de los turistas y la participación de un porcentaje de turistas internacionales, el destino no tiene más de 7 años de su nombramiento y aunque la participación es pequeña, representa un avance hacia donde va dirigido el destino.

El desarrollo de un destino turístico no solo es representado por el aumento de los turistas que llegan a él, sino también por el crecimiento interno de su oferta en cuanto a actividades que se pueden realizar, hospedaje, alimentos y accesibilidad. Conocer el porcentaje de los turistas que pernoctan y la ocupación hotelera, son reflejo de que aún no se supera la capacidad del destino y se debe seguir trabajando en conjunto para atraer más turismo al Pueblo Mágico o hacer que el turista extienda sus vacaciones a más días en el destino.

Los motivos principales de viaje en gran medida son por vacaciones y visitas a familiares o amigos, pero también se observó que los eventos culturales, deportivos y sociales son motivos para atraer turismo al Pueblo Mágico, derivado de la información presentada se pueden crear estrategias para nichos específicos de mercado y tener un crecimiento de la afluencia turística en beneficio de todo el destino.

El destino siempre debe estar en constante cambio para cubrir las expectativas y necesidades de los turistas, para que estos se lleven la mejor impresión posible del Pueblo Mágico y regresen al destino en un futuro y/o lo recomienden, es por ello por lo que el porcentaje de excelencia del Pueblo Mágico es tan importante, así como el de los principales servicios ofertados de hospedaje y alimentos.

Los indicadores deben seguir en constante evaluación para tener la fotografía completa de un año del comportamiento de los turistas en el Pueblo Mágico, y posteriormente contar con históricos para

comparar los avances de cada uno. Buscando siempre el desarrollo del destino mediante la toma de decisiones asertivas de estrategias y proyectos.

## TRABAJO A FUTURO

El trabajo realizado respecto a los primeros resultados del Observatorio Turístico ofrece la oportunidad de seguir analizando las diferentes temporalidades vacacionales, y dar seguimiento a los nuevos proyectos que impacten directamente en los indicadores turísticos. Así como futuras evaluaciones con datos históricos que permitan también hacer evaluaciones de un antes y después de acciones que se hagan respecto al entorno turístico, derivado de la información proporcionada en el primer informe.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Aranda, M. F., & Alvaro Silva, G. X. (2019). Concepción para el Funcionamiento de un Observatorio Turístico en Manabí, Ecuador. *Revista Ibero-Americana de Estrategia*, 18(3), 482–497.  
<https://doi.org/10.5585/ijsm.v18i3.15955>
- Bayron, V. C. J., & Andrés, S. O. (2011). *La Inteligencia de Negocios: Etapas del proceso*.
- Bregolin, M., Fachinelli, A. C., & Mao, P. (2019). Modelo para análisis de observatorios turísticos (OT) con el sistema de capitales (SC). *Gestión turística*, 31, 48–83.
- Capece, G. (2016). *El uso de indicadores en la elaboración de tesis en turismo*.
- Dávila, F. (2015). *LA INTELIGENCIA DEL NEGOCIO BUSINESS INTELLIGENCE*. 14.
- Díaz, J. C. (2012). *Introducción al Business Intelligence*. Editorial UOC.
- Efraim Turban, R. S. (2011). *Decision Support And Business Intelligence Systems (9th Edition)*.  
[http://archive.org/details/Decision-Support-And-Business-Intelligence-Systems\\_201808](http://archive.org/details/Decision-Support-And-Business-Intelligence-Systems_201808)
- Espinosa, C. del P. H., Punguil, T. C. C., Caiza, J. A. C., & Escalante, O. C. G. (2020). Análisis de indicadores económicos de turismo para la provincia de Pastaza enfocados al observatorio turístico “UEA”. *Explorador Digital*, 4(4), Article 4.  
<https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v4i4.1439>
- Gallego, C. F. (2004). *Cálculo del tamaño de la muestra*. 5(2004), 10.
- Guerrero, P., & Infinita, T. (2018). ¿Cómo medir la accesibilidad turística? Importancia de los sistemas de indicadores para validar destinos turísticos accesibles. *Tierra Infinita*, 4, 131–146.

<https://doi.org/10.32645/26028131.785>

INSTO. (2023). *INSTO | OMT*. <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/338>

Juárez, A. (2018). *Incorporación de los Observatorios Turísticos en la política pública de México*.

[http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20compartidos/Observatorios\\_Turisticos\\_AJM.pdf](http://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20compartidos/Observatorios_Turisticos_AJM.pdf)

Migliori, J. (2019). *Los observatorios como herramienta de apoyo para la gestión de destinos turísticos*. 84.

Molina Velásquez, E. R., & Báez Alcocer, S. C. (2017). Los observatorios turísticos a través de los tiempos. *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 10(22), 23.

Secretaría de Turismo. (2020). *Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos*.

<http://sistemas.sectur.gob.mx/pueblosmagicos/Formatos/ENPM.pdf>

Secretaria de turismo. (2022). *Plan Anual 2022, Evaluación de Pueblos Mágicos*.

[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/713936/LIBRO\\_PAE\\_FINAL\\_ALTA\\_compressed.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/713936/LIBRO_PAE_FINAL_ALTA_compressed.pdf)

Serrano, A. L., Freire, S., Villafuerte, E., Serrano, A. L., Freire, S., & Villafuerte, E. (2019). Estudio y aplicación de indicadores turísticos en la oferta y demanda turística por periodos de tiempo en la ciudad de Cuenca—Ecuador. *Siembra*, 6(1), 156–164.

<https://doi.org/10.29166/siembra.v6i1.1718>

UNWTO. (2023). *Glosario de términos de turismo | OMT*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Vanegas Alba, D. A. (2019). *Inteligencia de negocios: Modelo para la toma de decisiones, basado en la interacción de los criterios y las etapas del ciclo de ventas en el subsistema comercial de servicios en una empresa de IT en Latinoamérica*.

<http://repository.udistrital.edu.co/handle/11349/16281>

World Tourism Organization. (2005). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook—Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos Guía práctica (Versión española)*. <https://www.e-unwto.org/action/showBook?doi=10.18111/9789284408382>