



AUDITORÍA METODOLÓGICA

Análisis de ocupación de hoteles en Puebla 2023 2026

Revisión crítica de fuentes, muestra, indicadores, comparabilidad, gráficas y pronósticos

Documento auditado	Reporte Análisis de ocupación de hoteles en Puebla 2023 2026
Fecha de corte	14 de octubre de 2026
Elaborado por	Turismo 360° Consultores
Elaboró	Patricia Domínguez Silva
Alcance	Identificación exclusiva de errores, omisiones y conclusiones no sustentadas

Dictamen

El reporte no es metodológicamente apto para describir el mercado hotelero de Puebla ni para sustentar decisiones de tarifas, promoción o captación de congresos. Presenta errores de universo, cobertura geográfica, comparabilidad, construcción de indicadores, lectura de gráficas, causalidad y pronóstico. Algunas conclusiones contradicen las figuras del propio documento.

Límite de la revisión. El reporte no incluye las bases utilizadas. Por ello, esta auditoría identifica todos los errores observables y las verificaciones que el propio documento impide realizar. La falta de datos reproducibles forma parte del dictamen.

Evaluación de los dos sesgos señalados

DataTur. La objeción es correcta en lo sustancial. DataTur no es un censo de todos los hoteles. Es una encuesta por muestreo estratificado que expande la información de los establecimientos participantes. El reporte omite el tamaño efectivo de la muestra poblana, la tasa de respuesta, los factores de expansión y los cambios del marco. Por ello no puede presentar sus cifras como medición de todos los hoteles del estado. Fuente 1.

OCVP. El documento habla de una muestra privada, pero no demuestra que los 43 hoteles sean afiliados ni publica sus nombres. Existe una discrepancia pública: en agosto de 2026, un representante de la OCVP declaró más de 38 propiedades y 4,200 habitaciones; el reporte usa 43 hoteles y 5,054 habitaciones. Sin padrón, fecha de alta, criterio de inclusión y evidencia de entrega mensual, las cantidades quedan sin verificar. Fuente 3.

Vive Puebla. El Clúster de la Industria de Reuniones es pertinente para estudiar el segmento MICE y publica un padrón de hoteles y proveedores. Tampoco representa por sí solo todo el mercado hotelero: es una membresía especializada. Debe utilizarse para contrastar la OCVP y estudiar congresos, no como estimador estatal. Fuentes 4 y 5.

Errores críticos de diseño

- 1. Falsa afirmación de cobertura total.** El resumen sostiene que DataTur mide la ocupación de hoteles en todo el estado. DataTur trabaja con establecimientos en muestra y expande sus resultados.
- 2. Falsa promesa de panorama completo.** Dos muestras incompletas, con universos y métodos distintos, no forman automáticamente una medición completa.
- 3. Geografía cambiante.** Puebla significa alternativamente estado, ciudad, zona metropolitana y muestra de cuatro zonas. El documento cambia de escala sin advertirlo.
- 4. Cruce de bases declaradas incomparables.** La nota final pide interpretar DataTur y OCVP por separado, pero el resumen combina ambos resultados para formular un solo diagnóstico.
- 5. Marco poblacional de DataTur ausente.** Faltan el número de establecimientos y habitaciones del marco, los estratos, las unidades seleccionadas y la cobertura efectiva.
- 6. Muestra real de DataTur ausente.** La metodología oficial distingue marco, muestra diseñada y muestra real. El reporte no presenta ninguno de esos datos para Puebla.

7. **Ausencia de precisión estadística.** No reporta margen de error ni intervalos de confianza. Diferencias de 0.6, 1.6 o 2.3 puntos se interpretan como cambios del mercado sin demostrar que excedan el error de estimación.
8. **Cambios del marco no controlados.** Altas, bajas y modificaciones de hoteles pueden mover las series. El documento atribuye toda variación al mercado.
9. **Muestra privada sin diseño.** La OCVP no explica selección, reclutamiento, cobertura, periodicidad, tasa de respuesta, imputación ni controles de calidad.
10. **Activos y comparables confundidos.** Declara 43 hoteles activos y 35 comparables, pero no identifica qué gráficos usan 43 y cuáles 35.
11. **Serie de panel no acreditada.** Sin conocer las entradas y salidas de hoteles, una variación mensual puede provenir de la composición de la muestra.
12. **Sesgo de autoselección.** Los establecimientos que voluntariamente entregan información a una oficina privada pueden diferir del resto por tamaño, marca, profesionalización, mercado o desempeño.
13. **Concentración empresarial no controlada.** No se sabe cuántos hoteles pertenecen al mismo grupo, operador o marca. Una sola empresa podría pesar de forma desproporcionada.
14. **Ponderadores desconocidos.** No indica si las tarifas y ocupaciones son promedios simples de hoteles, promedios ponderados por habitaciones o cocientes de totales agregados.
15. **Categorías interpretadas como calidad objetiva.** En DataTur las estrellas son una autoclasificación referencial e independiente del Sistema de Clasificación Hotelera. El reporte las trata como mediciones objetivas de calidad, lujo y precio. Fuente 1.
16. **Cobertura hotelera incompleta.** DataTur excluye moteles, autohoteles y hoteles de paso; tampoco representa automáticamente alquileres temporales u hospedaje informal. El documento habla de todo el sector alojamiento. Fuente 1.
17. **Sector formal sin definición.** Estar en una muestra privada, aparecer en DataTur o tener estrellas no demuestra inscripción vigente en el RNT, cumplimiento fiscal o formalidad laboral.
18. **Fuentes no trazables.** No aparecen enlaces, archivos descargados, fechas de consulta, consultas aplicadas ni cortes preliminares o definitivos.
19. **Base de datos ausente.** Los cálculos no pueden reproducirse.
20. **Diccionario de variables ausente.** No define habitación registrada, disponible, vendida, ocupada, llegada, turista noche, tarifa, ADR ni hotel activo.

Errores de periodos y comparaciones

21. **Título que sugiere años completos.** La serie de 2026 termina en julio, aunque el título anuncia 2023 a 2026.
22. **Años completos frente a periodos parciales.** Compara promedios anuales de 2023 a 2025 con primer semestre o enero a julio de 2026.
23. **Corte de 2026 variable.** Algunas conclusiones usan enero a junio; las gráficas y llegadas llegan hasta julio.

24. **Promedios anuales sin fórmula.** No se sabe si promedia porcentajes mensuales o divide habitaciones ocupadas entre habitaciones disponibles del periodo. El promedio simple puede sesgar el resultado.
25. **Estacionalidad con sólo tres observaciones por mes.** Un promedio 2023 a 2025 es insuficiente para declarar una estructura estable sin revisar Semana Santa, ferias, congresos, vacaciones y valores atípicos.
26. **Comparación de extremos seleccionados.** Contrasta enero de 2023, el punto más bajo, con julio de 2026, el más alto, y llama mejora a 22.5 puntos. Son meses estacionalmente distintos.
27. **Crecimiento consistente mal descrito.** La propia gráfica muestra caídas repetidas y desaceleración en 2026.
28. **Comparación interanual no homogénea.** Julio debe compararse con julio; enero a julio con enero a julio; un año completo con otro año completo.
29. **Efecto calendario omitido.** Faltan días de semana, años bisiestos, desplazamiento de Semana Santa y número de fines de semana.
30. **Cambio estructural no demostrado.** Tres años posteriores a la pandemia no permiten atribuir la serie a una consolidación de la demanda.

Errores numéricos y gráficos

31. **Figura 8 matemáticamente imposible.** La línea roja llamada Total estatal está por encima de todas las zonas durante casi todo el año. Un promedio ponderado no puede superar simultáneamente a todos sus componentes.
32. **Figura 8 con etiqueta equivocada.** El texto dice que Tradicional registra la mayor ocupación, pero Tradicional desaparece de la leyenda y aparece Total estatal. Si la línea roja es Tradicional, la leyenda es falsa; si es el total, los valores son imposibles.
33. **Total estatal incompatible con la fuente.** Una muestra de cuatro zonas metropolitanas de la OCVF no puede producir un total del estado.
34. **Año ausente en las figuras 8, 9 y 11.** Los meses no identifican si corresponden a 2023 a 2024, 2024 a 2025, 2025 a 2026 o un promedio.
35. **Semestres incorrectos en la figura 11.** Llama primer semestre a agosto a diciembre, cinco meses, y segundo semestre a enero a julio, siete meses.
36. **Ciclo temporal indefinido en la figura 9.** Usa cierre de año e inicio de año, pero el periodo agosto a julio no corresponde a un año calendario.
37. **Comparación inválida entre figuras 11 y 12.** La primera desagrega hoteles de marca por zona; la segunda desagrega boutiques por año. Cambian simultáneamente población, dimensión y periodo.
38. **Escalas verticales diferentes.** La figura 11 va aproximadamente de 2,000 a 4,200 pesos; la figura 12, de 2,300 a 3,050. La presentación impide una comparación visual válida.
39. **Texto contradictorio con las gráficas.** El reporte dice que los boutique cobran tarifas considerablemente superiores a las marcas. Varias tarifas de marca del Centro, hasta 4,070 pesos, superan los valores boutique mostrados.

- 40. **Oferta confundida con demanda.** La figura 10 muestra participación de habitaciones. Eso no demuestra que las marcas absorban la mayor parte de la demanda.
- 41. **Muestra generalizada al mercado.** El 88 por ciento describe la composición elegida por la OCVP; no prueba que 88 por ciento de las habitaciones de Puebla pertenezcan a cadenas.
- 42. **Marca equiparada a gran cadena.** El documento no define marca, cadena, franquicia, operador, independiente o boutique.
- 43. **Cuartos registrados confundidos con planta operativa.** DataTur distingue habitaciones registradas y disponibles. El registro puede cambiar por actualización administrativa, incorporación al marco o reapertura.
- 44. **Crecimiento interpretado como construcción.** La gráfica no separa aperturas, reclasificaciones, remodelaciones, cierres o incorporaciones tardías.
- 45. **Oferta total incompleta.** El gráfico por estrellas omite establecimientos sin clasificación y aun así se presenta como planta hotelera total.

Fallas en tarifas ADR y RevPAR

- 46. **Tarifa promedio sin definición.** No se sabe si es publicada, reservada, pagada, con impuestos, sin impuestos, neta, bruta, con desayuno, corporativa o de grupos.
- 47. **ADR no acreditado.** ADR exige dividir ingresos de habitaciones entre habitaciones vendidas. No se presentan ingresos ni habitaciones vendidas. Fuente 6.
- 48. **Moneda y tratamiento fiscal incompletos.** El símbolo de pesos no aclara IVA, impuesto sobre hospedaje, cargos ni comisiones.
- 49. **Inflación omitida.** Compara pesos de 2023 con pesos de 2026 como si fueran equivalentes. Eso exagera cualquier avance tarifario. Fuente 8.
- 50. **Treinta pesos interpretados como resistencia.** Faltan el valor inicial, porcentaje de cambio, inflación, mezcla de hoteles y prueba estadística.
- 51. **ADR alto confundido con desempeño.** Una tarifa alta puede coexistir con baja ocupación y bajo ingreso por habitación disponible.
- 52. **RevPAR ausente.** Formula conclusiones de ingresos, captura de valor y política tarifaria sin calcular ingresos por habitación disponible.
- 53. **Estrategia de valor no demostrada.** STR vincula ocupación, ADR y RevPAR. El reporte omite el indicador que combina tarifa e inventario disponible. Fuentes 6 y 7.
- 54. **Índices competitivos ausentes.** Faltan MPI, ARI y RGI o equivalentes para saber si cada segmento gana ocupación, tarifa o RevPAR frente a un conjunto comparable.
- 55. **Segmentos de demanda mezclados.** Grupos, reuniones, corporativo, ocio, mayoristas y tripulación pueden tener tarifas y cancelaciones distintas.
- 56. **Cambio de mezcla no controlado.** El ADR puede subir porque entraron hoteles más caros a la muestra, aunque ningún hotel haya aumentado su tarifa.
- 57. **Cortesías y habitaciones fuera de servicio omitidas.** DataTur incluye cortesías en cuartos ocupados y excluye habitaciones fuera de servicio de la disponibilidad. Esto afecta comparaciones con una base privada o STR. Fuente 1.

Errores sobre demanda y procedencia

- 58. **Llegadas presentadas como turistas únicos.** Una llegada es un registro en un establecimiento. Una persona puede producir más de una llegada.
- 59. **Residencia equiparada a nacionalidad.** La clasificación correcta es residencia habitual en México o fuera del país, no mexicano o extranjero.
- 60. **Ocupación por residencia mal explicada.** Los porcentajes son contribuciones al total de habitaciones disponibles. No son tasas independientes de dos mercados con inventarios propios.
- 61. **Brecha de 38 puntos sin utilidad analítica.** La diferencia deriva en gran medida del tamaño de cada mercado. Debieron analizarse participación en cuartos ocupados, turistas noche, estadía, crecimiento interanual y ADR por segmento.
- 62. **Pernoctaciones omitidas.** Las llegadas pueden crecer mientras la estadía promedio cae.
- 63. **Densidad de ocupación omitida.** Faltan huéspedes por habitación y turistas noche, variables disponibles en DataTur.
- 64. **Dependencia casi total exagerada.** Una participación cercana a 88 por ciento requiere comparación con destinos equivalentes y series largas antes de recibir esa calificación.
- 65. **Prioridad al mercado nacional sin rentabilidad.** Mayor volumen no implica mayor contribución económica. Faltan gasto, estadía, rentabilidad y costo de captación.

Inferencias sin evidencia

- 66. **Cuatro estrellas.** La ocupación observada no demuestra una combinación óptima de calidad y precio.
- 67. **Cinco estrellas.** El avance observado no prueba resiliencia ni menor sensibilidad económica.
- 68. **Lujo y corporativo.** Las estrellas de DataTur no identifican por sí mismas turismo de lujo o corporativo.
- 69. **Tres estrellas.** La caída de ocupación no prueba mayor competencia ni presión tarifaria.
- 70. **Polarización.** El crecimiento de habitaciones de tres y cinco estrellas no demuestra polarización del mercado.
- 71. **Centro Histórico.** Una tarifa alta no prueba posicionamiento premium; una ocupación baja tampoco demuestra demanda cultural estacional.
- 72. **Finsa.** Las tarifas observadas no demuestran sensibilidad al precio ni orientación logística.
- 73. **Boutique.** El ADR no demuestra que los viajeros paguen por identidad, diseño o servicio personalizado.
- 74. **Captura de valor.** Una mayor tarifa no prueba captura de valor; faltan RevPAR y estructura de costos.
- 75. **Angelópolis.** La concentración de habitaciones no demuestra que sea el principal núcleo de congresos. Faltan eventos, asistentes, room blocks y noches asociadas.
- 76. **Congresos en meses bajos.** La recomendación se formula sin revisar calendario, capacidad de recintos, disponibilidad hotelera, patrón semanal ni demanda desplazada.

- 77. **Campañas agresivas.** La propuesta carece de costo, elasticidad, reservas existentes y rentabilidad estimada.
- 78. **Guerras de precios.** No presenta descuentos, tarifas de competidores o deterioro de RevPAR.
- 79. **Causalidad general.** No controla economía, inflación, conectividad, apertura de hoteles, eventos, seguridad, vacaciones ni cambios de muestra.

Pronóstico defectuoso

- 80. **Metodología inexistente.** No informa modelo, variables, entrenamiento ni supuestos.
- 81. **Intervalo de predicción ausente.** El 62.8 por ciento se presenta con precisión decimal sin rango de incertidumbre.
- 82. **Validación retrospectiva ausente.** No muestra cuánto se equivocaron las previsiones anteriores.
- 83. **Reservas futuras incompletas.** No incorpora ocupación en libros, pickup, cancelaciones ni habitaciones bloqueadas. STR exige datos específicos de habitaciones reservadas y disponibles para este tipo de estimación. Fuente 9.
- 84. **Meses ya transcurridos tratados como pronóstico.** Un documento difundido en octubre describe agosto y septiembre de 2026 como proyecciones.
- 85. **Horizonte temporal mal definido.** Habla del último cuatrimestre, mezcla agosto, septiembre, octubre y noviembre, y no informa claramente diciembre.
- 86. **Resultado futuro presentado como hecho.** Noviembre se califica como el mejor mes antes de observarse.
- 87. **Escenarios ausentes.** Faltan escenario base, alto, bajo y factores que modificarían cada resultado.

Fuentes omitidas

- 88. **STR o CoStar.** No contrasta ocupación, ADR y RevPAR con el estándar internacional de benchmarking hotelero.
- 89. **Cobertura STR no explicada.** No informa si STR carece de cobertura suficiente en Puebla o si sus datos no fueron adquiridos.
- 90. **RNT DENUE y Censos Económicos.** No los usa para dimensionar y depurar el universo de establecimientos.
- 91. **Impuesto sobre hospedaje.** No utiliza la recaudación para contrastar ingresos declarados.
- 92. **Padrones empresariales.** No contrasta la OCPV con Vive Puebla, asociaciones hoteleras o listas verificables.
- 93. **Datos de reuniones.** No incorpora calendario de congresos, room blocks, asistentes, noches cuarto ni información de recintos.
- 94. **Alquiler temporal.** No incorpora esta oferta aunque habla del sector alojamiento.
- 95. **Conjunto competitivo de ciudades.** Puebla se analiza de forma aislada. Liderazgo, fortaleza, madurez o posicionamiento carecen de referencia comparable.

Conclusión

El reporte debe retirarse como sustento de decisiones. Sólo puede conservarse como descripción preliminar de dos bases no homologadas.

La falla más grave está en la figura 8: contiene una serie denominada Total estatal que matemáticamente no puede ser el promedio de las zonas mostradas. Se suman una muestra privada sin padrón verificable, ADR sin definición, ausencia de RevPAR, precios nominales, años incompletos, pronósticos sin modelo y afirmaciones causales que los datos no demuestran.

Sustituir la OCVP por Vive Puebla tampoco resolvería por sí solo el problema. Una medición general requiere DataTur, STR o CoStar, RNT y DENU, Censos Económicos e impuesto sobre hospedaje. Vive Puebla corresponde al análisis específico de industria de reuniones, acompañado de padrón, eventos, room blocks, asistentes y noches cuarto.

Fuentes consultadas

1. **Secretaría de Turismo federal. Síntesis metodológica del Programa de Monitoreo de la Ocupación en Servicios Turísticos de Hospedaje.**
https://www.datatur.sectur.gob.mx/documentoscompartidos/monitoreo/ACTHOT_SintesisMetodologica.pdf
2. **DataTur. Indicador clave y síntesis del porcentaje de ocupación mensual.**
<https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/indicadorclave.aspx>
3. **Rèport México. Puebla, un destino para magnos eventos. Declaración pública de representante de la OCVP, 25 de agosto de 2026.** <https://mexico.reportnews.la/blog/2026/08/25/puebla-un-destino-para-magnos-eventos/>
4. **Vive Puebla. Presentación del Clúster de la Industria de Reuniones de Puebla.**
<https://www.vivepuebla.mx/quienes-somos>
5. **Vive Puebla. Padrón público de miembros.** <https://www.vivepuebla.mx/miembros-vive-puebla>
6. **CoStar STR Benchmark. Preguntas frecuentes sobre ADR, ocupación y RevPAR.**
<https://www.costar.com/es-la/latam/productos/str-benchmark/recursos/preguntas-frecuentes>
7. **CoStar STR Benchmark. Glosario de indicadores hoteleros.**
<https://www.costar.com/es-la/latam/productos/str-benchmark/recursos/glosario>
8. **INEGI. Índice Nacional de Precios al Consumidor.** <https://www.inegi.org.mx/programas/inpc/>
9. **CoStar STR Benchmark. Forward STAR Data Reporting Guidelines.**
<https://www.costar.com/products/str-benchmark/resources/guidelines/forward-star-data-reporting-guidelines>