



MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES

**La Calidad del servicio. Un estudio sobre la percepción de los habitantes de Álamos
Sonora en relación a la aplicación del programa federal Pueblos Mágicos**

Tesis presentada por

Ernestina Arvizu Armenta

Para obtener el grado de

Maestra en Ciencias Sociales

En la línea de investigación Globalización y territorios

Director de Tesis

Dr. Mario Alberto Velázquez García

Dedicatoria.

Dedico este trabajo a familia, gracias a mis padres, hermanos y sobrinos por su ayuda, motivación, comprensión y apoyo durante este trabajo sin ustedes mi vida no sería lo mismo.

Agradecimientos

Este trabajo de investigación no solo representa un grado más, también representa una de las etapas más enriquecedoras de mi vida.

En esta etapa sin duda hubo instituciones y personas cuya colaboración fue indispensable para la realización de este estudio.

En primera instancia quiero agradecerle al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y al Colegio de Sonora, por haber brindado los recursos y el apoyo necesarios para la elaboración de la investigación.

A mi director de tesis el Dr. Mario Alberto Velázquez García, sin su ayuda, motivación y guía mi trabajo no sería el mismo.

A mi comité de tesis Dr. Martha Jaime y Dr. Juan Milton Aragón que colaboraron con su tiempo invertido y sus consejos.

Índice

Resumen.....	6
Introducción	11
I Teórico.....	19
I.I Turismo, turismo cultural.....	19
I.II Políticas Públicas.	26
I.III Tipos de Análisis de políticas Públicas.....	30
I.V Satisfacción y calidad en programas gubernamentales.	34
II. Álamos Sonora	44
II.I Localización.	44
II.II Historia.	44
II.III Características del pueblo	46
II.IV Desarrollo turístico en Álamos.....	47
III Metodología.....	53
III.I El barómetro de satisfacción	53
III.II Técnicas de recolección de datos.....	56
IV Resultados.....	61
IV.I Barómetro de satisfacción programa pueblos mágicos en Álamos Sonora.....	61
IV.II Resumen de Resultados.....	62
IV.III Metodología	62
IV.IV Resultados	62
IV.VI Ventajas y desventajas de que exista el turismo en Álamos.....	69
IV.VII Evaluación del programa pueblos Mágicos	72
IV.VIII Evaluación de la imagen del programa pueblos mágicos.....	76

IV.IX Evaluación de los resultados del programa Pueblos Mágicos en Álamos.....	77
IV.X Evaluación de la satisfacción de los habitantes de Álamos hacia el programa pueblos mágicos.....	82
IV.XI Modelo Calidad de servicio Pueblos mágicos en Álamos Sonora.....	83
V. Conclusiones.....	86
VI. Recomendaciones.....	88
VI. Bibliografía.....	89

Resumen

El Programa Pueblos Mágicos comenzó a operar en el 2001, con la incorporación de 30 localidades en todo el país. Para el año 2011 ya estaban incorporadas 48 localidades al programa. En el presente año son 84 las localidades incorporadas al programa.

Pueblos Mágicos fue creado con el objetivo de resaltar el valor turístico de localidades en el interior del país, para estructurar una oferta turística innovadora y original, que atendiera una demanda naciente de cultura, tradiciones, aventura y deporte extremo en escenarios naturales, o la simple, pero única, cotidianidad de la vida rural. (SECTUR), así como promover el desarrollo local.¹

En el año 2005 la localidad de Álamos entra a formar parte del programa pueblos mágicos, siendo la primera del estado de Sonora en hacerlo, para una localidad tener el certificado de Pueblo Mágico, es un atributo que le permite acceder a recursos anuales provenientes del gobierno federal. Este dinero esta “etiquetado”, es decir, puede ser gastado únicamente en obras como: mejoramiento de la imagen urbana e impulso a proyectos productivos para atraer visitantes que dejen derrama económica. No obstante a esto, el turismo también puede generar cambios sociales y culturales de manera negativa en las localidades donde se da esta actividad. Mientras por una parte se resalta el valor turístico de la localidad por el otro se tiende a ocultar las necesidades y condiciones reales en las que la gente local vive.

El encuentro de nuevas culturas hace de los habitantes de la localidad un grupo especialmente sensible donde el grado de involucramiento de estos grupos en el desarrollo de la actividad turística resultará fundamental, por ello es importante saber cuál ha sido la percepción que estos grupos han tenido del desarrollo de esta actividad en su localidad.

¹ http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Pueblos_Magicos

Este estudio busca analizar los resultados de una política pública como lo es el programa pueblos mágicos, otorgándole fundamental importancia a las experiencias expectativas y visiones de los distintos actores involucrados en este programa. Este tipo de análisis dará significado a la forma en que se gestan las prioridades y formas de acción del gobierno. Para el caso de este tipo de políticas públicas el estudio toma particular importancia en aspectos sociales, (es decir actividades turísticas propias de localidades pequeñas como las tradiciones, fiestas, edificios, gastronomía etc. expectativas y experiencias de la sociedad local).

La importancia de realizar esta investigación esta en obtener un estudio académico innovador que diagnostique los resultados y problemáticas de una de las principales políticas publicas para el desarrollo turístico en pequeñas localidades de México, en este caso el programa pueblos mágicos, el estudio de esta política publica se esta basado en los resultados obtenidos de la misma, al contar con 8 años de operación. Esta evaluación de resultados de dicha política publica se realizo utilizando el modelo de barómetro de satisfacción de clientes, tomando el enfoque de Gobierno-empresa, ciudadanos-clientes, y Programa pueblos mágicos (política publica evaluada)-servicio.

Los estudios sobre la satisfacción de los ciudadanos con respecto a los programas gubernamentales han tomado importancia en la actualidad, esto es así, porque al igual que pasa con el sector privado, el gobierno tiene también la necesidad de entregar resultados y mostrar mayores niveles de eficiencia en las diferentes áreas de la administración pública. Debido a la diversidad de posturas que tienen los grupos humanos en temas sociales, culturales, políticos y tecnológicos, existe la necesidad de diversificar la forma de satisfacer las distintas necesidades. En el caso del gobierno y la serie de servicios sociales que presta, la complejización de las sociedades demanda un avance y transformación continua de los procesos y servicios creados para generar el beneficio común. La calidad se ha convertido en un concepto central para medir el funcionamiento de un gobierno.

La satisfacción del cliente ha tomado mayor significancia en el ámbito internacional con el desarrollo de investigaciones en la satisfacción del consumidor durante las últimas tres décadas principalmente en Europa y Estados Unidos (Day y Hunt 1979, 1982,1983; Hunt and Day 1980,1982, 1985; Yi, 1989), entendiendo que el concepto de satisfacción es crucial para entender las necesidades de los consumidores, los negocios y la sociedad en los mercados modernos.

Las investigaciones de la conducta del consumidor y la mercadotecnia en países desarrollados iniciaron desde los años setentas. En 1989, Fornell ayudó a Suecia a construir la primera medida nacional de la satisfacción del consumidor (Swedish Customer Satisfaction Barometer SCSB) (Fornell, 1992). Quien más tarde en 1994 construiría el American Customer Satisfaction Index (ACSI) (Fornell, Johnson, Anderson, Cha, Bryant; 1996).²

A mediados de los noventas los índices nacionales de satisfacción del cliente fueron gradualmente reconocidos por los gobiernos y las compañías por todo el mundo como un buen instrumento de medición de la calidad tanto para las compañías como para las naciones.

Haciendo un análisis histórico acerca de los principales índices nacionales de satisfacción, se encontró que la primer medida fue el Barómetro de Satisfacción del Cliente establecido en Suecia en 1989 (SCSB), el cual fue dirigido aproximadamente a 130 empresas incluidas en 32 industrias de ese país. El Índice Americano de Satisfacción del Cliente (ACSI) fue introducido en 1994 reportando resultados para 200 empresas en 34 industrias (Fornell, 1996). El Barómetro de Satisfacción del Cliente de Noruega, fue introducido en 1996 y en 1999 reportando resultados para 42 empresas en doce diferentes industrias. El más reciente es

²Miriam Rodríguez Vargas. (2012) ÍNDICE MEXICANO DE SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS DE PROGRAMAS SOCIALES IMPLEMENTADOS POR LA SEDESOL EN MÉXICO (IMSAB)

el Índice Europeo de Satisfacción del Cliente (ECSI) reportando resultados para cuatro industrias y once países de la Unión Europea (Eklof, 2000).³

Se debe reconocer que la satisfacción es subjetiva, difiere entre los individuos y no se puede observar directamente. Esto es, su valoración puede variar según el contexto. La satisfacción se ve afectada por las circunstancias cambiantes, y por lo tanto, la medición de satisfacción también, porque tiene que ver con el hecho de que todos los indicadores dependen del contexto y todo es relativo. Por ello, es importante considerar las importantes diferencias entre un índice de satisfacción de clientes y uno de satisfacción de beneficiarios de programas públicos. En un mercado competitivo, si el cliente no está satisfecho con el bien o servicio que adquiere tiene la posibilidad de buscar otro proveedor o de demandar mayor calidad.⁴

En el caso de un bien o servicio del gobierno, en particular los que otorgan los programas públicos, no existe la opción de buscar otro proveedor. Los estudios de satisfacción del ciudadano se realizan con la finalidad de medir parcialmente la calidad de los gobiernos, desde la percepción de sus ciudadanos.

De acuerdo con el modelo de Calidad del servicio, propuesto para analizar el programa Pueblos Mágicos se utilizó el enfoque de **empresa** (Gobierno gestor del programa pueblos mágicos en Álamos Sonora) **clientes** (ciudadanos de Álamos, Sonora) **servicio** (servicios ofrecido programa pueblos mágicos).

³ Miriam Rodríguez Vargas. (2012) ÍNDICE MEXICANO DE SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS DE PROGRAMAS SOCIALES IMPLEMENTADOS POR LA SEDESOL EN MÉXICO (IMSAB)

⁴ Miriam Rodríguez Vargas. (2012) ÍNDICE MEXICANO DE SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS DE PROGRAMAS SOCIALES IMPLEMENTADOS POR LA SEDESOL EN MÉXICO (IMSAB)

Los resultados del barómetro de satisfacción del programa pueblos mágicos en Álamos Sonora, son utilizados para ser analizados por este modelo, mismo que nos da una perspectiva de las expectativas de los clientes (ciudadanos de Álamos) en los siguientes aspectos: beneficios materiales, trabajo, valores e imagen. La calidad del programa pueblos mágicos ofrecida por el Gobierno a los ciudadanos de Álamos es calificada como aceptable.

Introducción

En México el turismo ha tenido un crecimiento que se ha mantenido desde la década de los cincuenta. Para el año 2010, el turismo representaba ya la tercera actividad económica en importancia, empleando a 2, 240, 000 personas (Centro de Estudios Superiores en Turismo, 2000; Secretaría de Turismo, 2010). Para las pequeñas localidades la actividad turística es un polo importante de desarrollo, debido a que introduce al país en el mercado turístico internacional, no solo de sol y playa, sino cultural. El patrimonio cultural de México es el gran diferenciador que puede darle al país una ventaja en el mercado turístico global. En el panorama mundial México es un país relevante turísticamente, y sin duda, una de sus mayores ventajas es su patrimonio cultural e histórico. Este sector hace posible el intercambio de servicios cuya producción y consumo se hacen de manera local, favoreciendo a pequeñas empresas de la localidad. Uno de los mayores retos del turismo en México es lograr un equilibrio entre el desarrollo de la actividad turística y el desarrollo socio-económico de la población a nivel local, así como lograr una planificación que permita un desarrollo balanceado sin perder la competitividad (BID; 2006).

El turismo puede ser definido como un viaje temporal que busca cierto tipo de experiencias distintas y significativas frente a las que tienen lugar en la cotidianeidad (MacCannell, 1973; Bohn, 2004). Esta actividad implica al menos tres grupos de actores: los turistas, los (habitantes) locales y los prestadores de servicios. En el caso de México un cuarto actor de relevante importancia es el gobierno, que trata de articular sus acciones para unir turismo y cultura, con el propósito de aumentar los flujos de turistas y generar un desarrollo económico. En los planes de desarrollo del actual gobierno (2012-2018) está la creación del Gabinete Turístico, donde se trabaja para potenciar la actividad turística, y se diseña una política pública que permita alinear las acciones de gobierno para poner en valor el patrimonio cultural que hace diferente a nuestro país.(Sectur 2013)

El turismo cultural en México comenzó a desarrollarse como significativo desde fines de la década anterior. 70 millones de turistas realizaron una actividad cultural. Para el gobierno, el potencial del país sobre actividades culturales parece grande si se consideran los 200 mil sitios arqueológicos registrados y los 26 lugares registrados como Patrimonio Cultural de la Humanidad. En el caso de Pueblos Mágicos, se estimó que en el año 2011 la derrama económica sumada de todas las localidades que participaron en este programa llegó a tres mil millones de pesos, por el consumo, gasto, compra de artesanías y otros gastos relacionados a la actividad turística (Cortes, 2012).

La siguiente investigación busca analizar cuáles son los elementos que influyen para que un proyecto turístico sea recibido con beneplácito por los pobladores locales o que por el contrario, sea rechazado. En específico analizaremos la percepción que los habitantes de la ciudad de Álamos Sonora, tienen respecto al programa federal Pueblos Mágicos.

El turismo en México se refleja en ejes centrales para el desarrollo nacional como las inversiones, generación de empleos y combate a la pobreza, es por eso que el gobierno federal ha implementado diversos apoyos para este sector, la Ley General de Turismo en la Fracción III del Artículo 24, instruye a “Establecer los lineamientos y estrategias turísticas para la preservación y el aprovechamiento ordenado y sustentable de los recursos turísticos”. En este sentido, y con el objetivo de contribuir a la preservación del entorno natural y la cultura, así como optimizando los beneficios económicos y sociales de las comunidades para mejorar las condiciones de vida de las poblaciones turísticas, es necesaria la adopción de lineamientos de aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales, como el rendimiento eficaz de la gestión, la maximización de los beneficios sociales y económicos

para la sociedad local y minimizar los impactos negativos⁵, un ejemplo de este tipo de gestión es el programa federal denominado “Pueblos Mágicos”.

El Programa Pueblos Mágicos es parte de un conjunto de políticas públicas desarrolladas por la Secretaría de Turismo en colaboración con diversas instancias gubernamentales, gobiernos estatales y municipales,⁶ que buscan desarrollar los diversos potenciales turísticos que se considera México tiene. En este caso la política se enfoca en localidades con “atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianeidad” (Pueblos Mágicos reglas de operación, 2012).

El Programa Pueblos Mágicos comenzó a operar en el 2001, con la incorporación de 30 localidades en todo el país. Para el año 2011 ya estaban incorporadas 48 localidades al programa. En el presente año son 84 las localidades incorporadas al programa. Los recursos financieros del programa se utilizan en la conservación del patrimonio histórico y arquitectónico de las localidades, la mejora de la imagen urbana y la creación de servicios relacionados al turismo como hoteles (Sectur, 2012)

Pueblos Mágicos fue creado con el objetivo de resaltar el valor turístico de localidades en el interior del país, para estructurar una oferta turística innovadora y original, que atendiera una demanda naciente de cultura, tradiciones, aventura y deporte extremo en escenarios naturales, o la simple, pero única, cotidianidad de la vida rural. (SECTUR), así como promover el desarrollo local.⁷

El programa Pueblos Mágicos cuenta con cinco objetivos principales: 1) Estructurar una oferta turística complementaria y diversificada; 2) Aprovechar la singularidad de las localidades; 3) Poner en valor, consolidar y/o reforzar los atractivos de las localidades; 4)

⁵ Lineamientos para el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales del país SECTUR. 2012

⁶ http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Pueblos_Magicos

⁷ http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Pueblos_Magicos

Que el turismo local se constituya como una herramienta del desarrollo sustentable de las localidades incorporadas al programa: 5) Que las comunidades receptoras de las localidades participantes aprovechen y se beneficie del turismo.⁸

Parte fundamental para el buen funcionamiento del programa es la Administración Pública Municipal, la cual tiene como finalidad lograr un desarrollo integral de la actividad turística en el Municipio. El Ayuntamiento es la instancia encargada de supervisar los proyectos concretos que serán realizados con los recursos del programa, así como formar parte del Comité del mismo programa. Para este órgano de decisiones respecto al uso del dinero del Programa Pueblos Mágicos, podrán ser invitadas las instituciones y entidades públicas, privadas y sociales, que se determinen, y demás personas relacionadas con el turismo en el Municipio.⁹ El comité pueblos mágicos se encarga de representar a la sociedad local, el comité tiene que nombrar un gestor-enlace que sea conductor y voz de las ideas proyectos, y prioridades en ambas vías de y ante la comunidad y ante autoridades de los tres niveles de Gobierno. El Programa Pueblos Mágicos basa su estrategia en la participación comunitaria, su inclusión y permanencia, sus avances y logros serán resultado del nivel de trabajo que la propia comunidad realice.

Como se menciono ya, el propósito de este programa es atraer turismo hacia pueblos típicos y pequeñas ciudades mexicanas, donde sus pobladores han mantenido por años un estilo de vida peculiar y tradicional, típicamente mexicano, con identidad regional y local propia.¹⁰ Este es uno de los primeros programas turísticos del ámbito nacional dedicado exclusivamente al desarrollo de las pequeñas comunidades mediante el uso de los atractivos culturales.

⁸ Reglas de Operación Pueblos Mágicos.

⁹ LEY GENERAL DE TURISMO. TEXTO VIGENTE Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 17 de junio de 2009

¹⁰ Miguel Ángel Vázquez. Ures pueblo Mágico REVISTA ASÍ - Información de Fondo. Tendencias Página. 10.

Es entonces en el año 2005 que la localidad de Álamos entra a formar parte del programa pueblos mágicos, siendo la primera del estado de Sonora en hacerlo, en ella existe una población de 24,493 habitantes (Simbad, 2005). El municipio de Álamos tuvo ingresos por 59, 905,851 pesos en el 2005 y de \$100, 281,021 para el 2012 (ley de ingresos y presupuesto de ingresos del ayuntamiento del municipio de álamos, sonora, para el ejercicio fiscal de 2012.); en el 2012 fue nombrado el municipio de Magdalena de Kino pueblo mágico convirtiéndose en el segundo municipio del estado en obtener el nombramiento, contando con ingresos de \$86,397,870 (ley de ingresos y presupuesto de ingresos del ayuntamiento del municipio de Magdalena de Kino, Sonora, para el ejercicio fiscal de 2012.), invirtiéndose 14.7 millones de pesos para mejorar la imagen urbana de la ciudad.

Para una localidad tener el certificado de Pueblo Mágico, es un atributo que le permite acceder a recursos anuales provenientes del gobierno federal. Este dinero esta “etiquetado”, es decir, puede ser gastado únicamente en obras como: mejoramiento de la imagen urbana e impulso a proyectos productivos para atraer visitantes que dejen derrama económica.

No obstante, el turismo también puede generar cambios sociales y culturales de manera negativa en las localidades donde se da esta actividad. Mientras por una parte se resalta el valor turístico de la localidad por el otro se tiende a ocultar las necesidades y condiciones reales en las que la gente local vive.

El desarrollo de una actividad turística no necesariamente es visto como algo positivo por todos los actores que están involucrados. Es decir, “cuando se desarrollan y promueven complejos comercialmente viables, pero que pueden no encajar en los planes de desarrollo del país en cuestión, y además, no son lo suficientemente sensibles a las tradiciones y los sentimientos de la gente local”¹¹, es decir actores como los locales interpretan la llegada de

¹¹ Taylor y Francis. 2012. Third World Quarterly

los visitantes extranjeros como una aportación de patrones sociales y culturales diferentes a los de la localidad receptora, lo que puede tener un efecto distorsionador o transformador sobre las formas de vida locales. Esto es particularmente visible en aquellas áreas donde las tradiciones culturales se ven confrontadas por los altos niveles de consumo de los visitantes.¹² Los visitantes extranjeros representan para la sociedad local un importante mercado turístico, y con ello una economía local mas fuerte y estable, pero también un riesgo en la apropiación de la ciudad, la cultura, las tradiciones de la localidad, este riesgo se hace mas evidente en el momento que esos turistas extranjeros deciden residir en estas pequeñas localidades, apropiándose de sectores importantes y con mayor plusvalía en la ciudad dejando a la sociedad local rezagada a las periferias, también se presenta mayor competencia en el trabajo, donde la sociedad local pasa de ser prestadores de servicios a empleados de los establecimientos asentados por los extranjeros residentes.

El encuentro de nuevas culturas hace de los habitantes de la localidad un grupo especialmente sensible donde el grado de involucramiento de estos grupos en el desarrollo de la actividad turística resultará fundamental, por ello es importante saber cuál ha sido la percepción que estos grupos han tenido del desarrollo de esta actividad en su localidad.

La perspectiva que se toma para el análisis de este estudio, es el de analizar los resultados de una política pública como lo es el programa pueblos mágicos, otorgándole fundamental importancia a las experiencias expectativas y visiones de los distintos actores involucrados en este programa. Este tipo de análisis dará significado a la forma en que se gestan las prioridades y formas de acción del gobierno. Para el caso de este tipo de políticas públicas el estudio toma particular importancia en definiciones sociales, (es decir actividades turísticas propias de localidades pequeñas como las tradiciones, fiestas, edificios, gastronomía etc. Expectativas y experiencias de la sociedad local).

¹² Taylor y Francis. 2012. Third World Quarterly

La importancia de realizar esta investigación esta en obtener un estudio académico innovador que diagnostique los resultados y problemáticas de una de las principales políticas publicas para el desarrollo turístico en pequeñas localidades de México, en este caso el programa pueblos mágicos. Dicha política con 8 años de aplicación en la localidad de Álamos no ha sido objeto a una evaluación en cuanto a los resultados obtenidos por los habitantes, aun cuando existen investigaciones relacionadas por otros investigadores (Clausen y Velázquez, 2010, 2011 y Clausen 2008), donde se observan la presencia de logros significativos del programa Pueblos Mágicos en el desarrollo local, la recuperación de tradiciones, pero también la presencia de problemas operativos (los comités municipales no operaban con regularidad) y de crecimiento en las desigualdades (servicios públicos inequitativamente construidos entre las zonas turísticas y las que no, expulsión de la población original de las zonas turísticas por el costo de las viviendas). Esta investigación ayudara a conocer mejor cual ha sido el resultado de dicha política basándose en un estudio de satisfacción de los habitantes en cuanto a la calidad del servicio ofrecido por el gobierno, donde se utilizara el enfoque de gobierno-empresa, ciudadanos-clientes, política publica –servicio (programa pueblos mágicos), este tipo de trabajos tiene importancia debido a que permite medir el grado de aceptación que genera una medida oficial ante problemas de desarrollo de una política, permitiéndonos desarrollar indicadores que pueden ayudar a mejorar la elaboración y funcionamiento de los programas oficiales.

Esta investigación buscará responder la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los elementos que determinan que los habitantes de una localidad, en este caso Álamos Sonora, tengan una percepción negativa o positiva de una política pública como Pueblos Mágicos?

El trabajo se conforma de 5 capítulos, dándole la siguiente estructura al estudio. El capitulo uno contiene información teórica importante, que nos permite entender mejor los conceptos (como políticas publicas, calidad, calidad en el servicio, satisfacción) conceptos relevantes

para el desarrollo de esta investigación, en el capítulo dos se aborda la historia, localización, desarrollo económico político y cultural de la localidad de Álamos, Sonora, localidad elegida como nuestro caso de estudio. El capítulo tres muestra la metodología empleada en el estudio, el modelo de barómetro de satisfacción elegido para analizar los datos del estudio, así como su descripción y utilización en otros estudios, el uso de la entrevista como herramienta de recolección de datos, el análisis de los datos obtenidos se hace en el capítulo cuatro, donde se hace el barómetro de satisfacción de los habitantes de Álamos Sonora, el barómetro consta de 2 fases en la primera se realizó un análisis descriptivo de los resultados, posteriormente en la segunda fase se analizarán los resultados obtenidos así como su repercusión positiva o negativa en la gestión del programa. El capítulo cinco del trabajo consta en las conclusiones a las que se llegó con el trabajo, en donde se puede observar como problema principal del programa la falta de información ofrecida a los habitantes, por parte de los gestores de gobierno y el comité mismo del programa.

I Teórico

I.I Turismo, turismo cultural

De acuerdo la Organización Mundial del Turismo, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos, sin embargo esta definición limita las funciones y acciones de los turistas, por ello se buscan elementos que complementen el por que y como se realiza el turismo.

El estudio del turismo se ha hecho desde diferentes enfoques, dentro de los más destacados se encuentran aquellos estudios de turismo dedicados a la obtención de datos generales que permiten al gobierno y brindan a las personas dedicadas a este sector una mejor planeación y funcionamiento de la actividad. La obtención de este tipo de datos en estudios de turismo busca conocer los lugares de procedencia, edad, sexo, frecuencia, etcétera con que se producen estos tipos de viajes. Otro enfoque utilizado para los estudios del turismo son los dedicados a los turistas, vistos como objeto de estudio, el poder determinar las razones que llevan a un sujeto a viajar ha sido objeto de diversos estudios y posturas. Aunque no existe una orientación única que haya logrado imponerse, existe un creciente consenso sobre la existencia de múltiples tipos de motivaciones relacionados a que una persona se convierta en turista. La multiplicidad de causas que originan el turismo ha estado muy ligada a los intentos por clasificar los tipos de turista que existen. Dos de las clasificaciones más conocidas son las de Smith (1977) y Cohen. El último propone la existencia de cuatro tipos de turistas: el organizado turista de masas, el individualizado turista de masas, el explorador y el vagabundo.¹³

¹³ Dr. Mario Alberto Velázquez García, Dra. Helene Balslev Clausen. (2012). **Topofilia** Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora Vol. III Número 1, Septiembre del 2012

Un tercer enfoque utilizado en el estudio del turismo es de la relación entre turistas y locales. A este respecto un libro seminal es el de “Hosts and Guests” de Valene Smith (1977). Este libro analiza dicha relación bajo tres variables: interacción, percepción y actitudes. Para Smith los turistas son sujetos que tienen como objetivo fundamental en sus interacciones disfrutar, mientras los locales tienen el papel de proveer a los turistas los objetos o actividades necesarias para satisfacer las necesidades y los deseos de los primeros. La relación entre ambos grupos es temporal, no repetitiva y asimétrica. Este tipo de relación social se caracteriza entonces porque ambos buscan obtener una gratificación inmediata antes que mantener una relación continua. Estos elementos colocan a las relaciones entre turistas y locales “fuera” del espectro normalizado de contactos cotidianos.¹⁴

Por otra parte el turismo cuenta con una tipología amplia la cual incluye diferentes tipos de turismo tales como: el turismo cultural (urbano, arqueológico, literario etc.), el turismo natural (ecoturismo, agroturismo), el turismo activo (aventura, deporte, espacial medico, religioso, sexual etc.), el turismo de negocios (negocios, congresos, eventos, incentivos etc.) y otros (Kabushkin, 2004). El interés de las personas por la historia el arte y la cultura ha motivado el crecimiento del turismo cultural a tal escala que la organización mundial del turismo prevé que dentro de la demanda internacional, el turismo cultural crecerá más que las demás tipologías.

En México el turismo cultural se refleja en ejes centrales como las inversiones, la generación de empleo y el combate a la pobreza, pero también en el interés de las personas por disfrutar de bienes culturales tales como: el patrimonio histórico, el artístico, el arquitectónico, los museos la gastronomía, la artesanía y otros; y que representa un contacto directo con

¹⁴ Dr. Mario Alberto Velázquez García, Dra. Helene Balslev Clausen. (2012). **Topofilia** Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora Vol. III Número 1, Septiembre del 2012

diferentes costumbres y poblaciones, ocasionando, un encuentro de culturas¹⁵; es por ello que el gobierno federal ha implementado diversos apoyos para este sector.

El insertar a pequeños pueblos dentro de los circuitos turísticos nacionales e internacionales a partir de características arquitectónicas, festividades, o tradicionales es convertir el espacio mismo en una mercancía (MacCannell, 1973; Pine y Gilmore, 1999).

Este uso del espacio en las zonas turísticas contempladas dentro del Programa Pueblos Mágicos generalmente requiere de algún grado de escenificación del lugar, de tal forma que ciertas características, edificaciones, actividades, festividades o relaciones sociales sobresalgan sobre otras para ser admiradas o vividas; es decir consumidas. (Hieranaux, 2005; Clausen y Velázquez, 2011)

Al inicio del sexenio de Vicente Fox Quezada (2000-2006) el gobierno federal instrumentó y publicó el Programa Nacional de Turismo como uno de los rubros más importantes dentro del Plan Nacional de Desarrollo. En él, se establecieron los objetivos, estrategias y acciones del Sector Turismo para estar en sintonía y a su vez ser complementado por otros programas sectoriales, regionales y especiales del Poder Ejecutivo Federal. Dentro de la diversidad de programas especiales se encuentra el denominado “Programa Pueblos Mágicos de México”. Durante el sexenio de Felipe Calderón (2006-2012) este rubro siguió siendo uno de los más importantes; incluso esta administración nombro el año 2011 como el año del turismo en México otorgando mayores recursos y difusión a esta actividad; mientras que en los planes de desarrollo del actual gobierno (2012-2018) está la creación del Gabinete Turístico, donde se trabaja para potenciar la actividad turística, y se diseña una política pública que permita alinear las acciones de gobierno para poner en valor el patrimonio cultural que hace diferente a nuestro país.(Sectur 2013)

¹⁵ Iryna Kravets, Patricia de Camargo. (2007).Revista de cultura y turismo. La importancia del turismo Cultural, en la construcción de la identidad nacional.

Es de esta manera que nació el Programa Pueblos Mágicos de México, como un programa de desarrollo turístico integral para localidades que tienen un diferente nivel de desarrollo (en crecimiento, maduros o en riesgo de declive) y requieren de una nueva orientación o propuesta para hacer del turismo una actividad que contribuya de manera real a elevar los niveles de bienestar, mantener y acrecentar el empleo, fomentar y hacer rentable la inversión, así como fortalecer y optimizar el aprovechamiento racional de los recursos y atractivos naturales y culturales. Teniendo como uno de sus principios básicos el involucramiento y participación de las comunidades receptoras y sociedad en su conjunto.

El programa pueblos mágicos fue creado en el año 2001, siendo Huasca de Ocampo en Hidalgo el primer sitio denominado pueblo mágico, en el año 2005 obtiene el nombramiento la localidad de Álamos Sonora, para el año 2011 ya eran 48 las localidades que contaban con el nombramiento, actualmente son 84 las localidades que cuentan con el nombramiento de pueblo mágico en el país. (SECTUR 2013).

El Programa Pueblos Mágicos es mencionado por el Banco Interamericano de Desarrollo como uno de los programas gubernamentales mexicanos más importantes para generar un crecimiento en el mercado turístico interno, además de contribuir a la sensibilización de las autoridades locales y los pobladores locales sobre la importancia del patrimonio cultural, urbanístico y de otros tipos (BID, 2006). El Banco Interamericano de Desarrollo consideró al programa Pueblos Mágicos uno de los principales instrumentos para el crecimiento del mercado turístico interno (Clausen y Velázquez, 2011).

Un Pueblo Mágico es una localidad a la que se le atribuye la existencia de símbolos, leyendas, historias, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin MAGIA que emana en cada

una de sus manifestaciones socio cultural, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico.¹⁶

El programa busca generar una imagen de lo mexicano, una imagen que muestre la vida cotidiana de los pueblos de México, esta imagen se refleja en la gastronomía de los pueblos, en sus platillos típicos, en las festividades, por ejemplo el festival Alfonso Ortiz Tirado en Álamos, en sus edificios y arquitectura, las casas, iglesias, plazas, centro histórico, etc., en su artesanía, en fin todos esos elementos que representen una mercancía atractiva para ofertar en el mercado turístico nacional e internacional, es decir, el programa pueblos mágicos se ha convertido en una marca registrada que otorga a los destinos turísticos que tienen el nombramiento de pueblo mágico un valor agregado en el sector turístico, hoy en día la vinculación entre la cultura y el turismo llevan a los turistas a conocer la historia cultural y el modo de vida de los distintos pueblos, el programa pueblos mágicos complementa así el turismo de sol y playa y obtiene cada vez mayor reconocimiento en dicha actividad.

Sin embargo el funcionamiento de una política pública como la de pueblos mágicos, implica también la relación compleja de dos elementos importantes: el turismo y la cultura, la relación entre estos dos elementos es compleja debido a que son difíciles de igualar por que cada elemento busca beneficios diferentes, el turismo por su parte busca beneficios económicos, mientras que la cultura busca el reconocimiento, es decir, no puede considerarse la cultura como un producto de consumo clásico, es necesario que el programa trabaje en el equilibrio de estos dos elementos que permitan el desarrollo de un motor económico y también mantengan el respeto y conservación de la cultura, cumpliendo así con los objetivos de desarrollo económico, social y cultural de los pueblos incluidos en el programa.

¹⁶ http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Pueblos_Magicos

Los Pueblos que cuentan con riqueza cultural en México han estado ahí por mucho tiempo, esperando el reconocimiento de sus valores y cultura. Su autenticidad, su mexicanidad, su encanto ancestral, sus colores y olores, sus pobladores, sus singularidades en conjunto requieren hoy de su revaloración, de elevarlos a un estado de distinción, como un icono de lo que México es y representa.

Un Pueblo Mágico es hoy un símbolo distintivo, una marca turística reconocida, que ofrece el consumo de la cultura y modo de vida de los pueblos mexicanos, y es deber de todos los actores (gobierno federal, estatal y municipal, sociedad, dueños de negocios) que favorecen su desarrollo turístico, mantenerla en el más alto nivel de respeto y cumplimiento.

Al igual que cualquier programa, este también cuenta con criterios para la incorporación al programa y líneas de acción a seguir. Criterios como el involucramiento de la Sociedad y de las Autoridades Locales, mismo que busca establecer un compromiso con la sociedad local, donde se de por asentado el acuerdo en que la localidad forme parte del programa, asimismo se deberá crear un comité pro pueblos mágicos, el cual fungirá como gestor ante las autoridades locales. También se deberá contar con un programa de desarrollo turístico: en dicho programa se deberá involucrar a la comunidad como estrategia relevante para el desarrollo del programa, también se deberá realizar un reordenamiento del comercio fijo y ambulante de la localidad concentrando dicho comercio en los puntos fuertes de la localidad; estos puntos serán delimitados por las autoridades de la localidad. Debido a que la investigación va en dirección de los habitantes de la localidad nos enfocaremos en los criterios y líneas de acción dirigidas a localidad. El Programa Pueblos Mágicos basa su estrategia en la participación comunitaria, su inclusión y permanencia, sus avances y logros los cuales serán resultado del nivel de trabajo que la propia comunidad realice. (Reglas de Operación Pueblos Mágicos 2012)

La localidad candidata deberá mostrar que ha recibido apoyos directos de programas institucionales, estatales y federales que contribuyen y benefician directa o indirectamente su actividad turística.

La localidad candidata deberá mostrar que en una determinada área de influencia se ha venido generando trabajo de desarrollo turístico reflejados en inversión privada y social en desarrollos turísticos culturales, rurales, de naturaleza y otros tipos de turismo; trabajadores de empresas turísticas y socios de empresas comunales y ejidales, que se hayan incorporado al empleo turístico recientemente; participado en programas de capacitación; nacimiento de nuevas empresas turísticas y relacionadas. (Reglas de Operación Pueblos Mágicos 2012)

Se tendrá que contar con avances y resultados. Los cuales otorguen una descripción de las obras que se han realizado y el impacto generado en el desarrollo turístico desde que obtuvo su nombramiento como Pueblo Mágico. Es decir, un seguimiento puntual trimestral del desarrollo de las obras, así como su mantenimiento y la medición del impacto en el crecimiento de la actividad económica de la localidad, nuevos negocios, números de visitantes (mensual y anual), entre otros indicadores que el municipio considere relevantes, a partir de que fue nombrado Pueblo Mágico.

Se utilizara el pueblo de Álamos, Sonora para observar y analizar los resultados del Programa federal Pueblos Mágicos, el cual forma parte de un conjunto de políticas públicas que buscan desarrollar los diversos potenciales turísticos de México. Para analizar una política pública como el programa pueblos mágicos es necesario primero definir lo que es una política pública así como los estudios hechos para el análisis de las mismas, estos elementos permitirán una mejor comprensión de la teoría utilizada en este trabajo.

I.II Políticas Públicas.

Las políticas públicas han sido una preocupación constante dentro de los estudios sobre el gobierno y su operación. Este interés surge para generar instrumentos más racionales para el uso de los recursos limitados con los que los gobiernos cuentan para resolver los problemas sociales. Distintos autores aportan definiciones sobre el qué es una política pública. Algunas de estas definiciones se centran en el propósito de la “decisión” en cuanto a si esta está destinada a cambiar o no, las situaciones existentes. En este sentido, la primera decisión de política es el mismo hacer o no algo ante un problema.

Es decir, cuando se habla de análisis de políticas públicas no solo se refiere a alcanzar un carácter explicativo y académico sino que, contribuya también a un intento por ayudar a que la gestión gubernamental real sea cada vez mejor.

En este sentido, el estudio de las políticas públicas nace como un intento de crear un tipo de explicación social con fines prácticos. Es decir, un conocimiento que generara una relación directa entre el análisis académico y la resolución de problemas prácticos del gobierno.

Al respecto asegura Thoenig (1992) en su libro las políticas públicas; que el análisis de políticas públicas es un ejemplo claro de la relación entre academia y trabajo cotidiano: la primera puede funcionar como una especie de “caja de herramientas”, en el sentido de que existe un conjunto de modos de razonamiento, de maneras de saber hacer las cosas, de formas de operar las ideas y los conceptos involucrados, con las técnicas y los datos que pueden ser usados para plantear, entender y resolver problemas prácticos.¹⁷

La administración pública busca resolver los problemas de la sociedad, estos pueden ir desde, el empleo, salud, vivienda, abastecimiento de agua, seguridad, migración, etc., para resolver o incluso prevenir estos problemas es necesaria la eficiente implementación de las políticas públicas, las cuales si se llevan de forma adecuada podrán dar satisfacción a los ciudadanos

¹⁷ Carlos Salazar Vargas. Análisis de Políticas Públicas

en el cumplimiento a sus demandas y con esto la sociedad tendrá elementos para catalogar al gobierno de efectivo o no.

Un gobierno puede ser calificado como efectivo si los objetivos que se ese plantea son alcanzados, o si sus rendimientos permanecen y crecen ante los Problemas públicos que tienen encomendados¹⁸. Las teorías y análisis sobre políticas públicas son uno de los medios a su disposición para cumplir con lo anterior.

En este sentido Dye, Thomas (2008) en su libro *Understanding Public Policies* menciona que una política pública es aquello que el gobierno (entendido como Estado) escoge hacer o no hacer. Por su parte, Frohock en los ocho pasos para el análisis de políticas públicas (1998) menciona que una política pública es: Una práctica social y no un evento singular o aislado, ocasionado por la necesidad de reconciliar demandas conflictivas o, establecer incentivos de acción colectiva entre aquellos que comparten metas.

Al implementar las políticas públicas los gobiernos atienden y definen cuáles son los problemas, temas y conflictos de una sociedad determinada, es decir, las políticas públicas pueden distribuir impuestos, regular conductas y burocracias, y hacerlo todo al mismo tiempo. El gobierno se convierte en un agente constructor de definiciones, procesos y soluciones para un grupo social determinado.

Tomando una postura similar

Kraft y Furlong (2004) señalan que una política pública es un curso de acción (o inacción) que el Estado toma en respuesta a problemas sociales.¹⁹

¹⁸ Guerrero Orozco Omar. Del Estado gerencial al Estado cívico,

¹⁹ Mauricio Olivarría Gambi Ph.D. (2007). Conceptos básicos en el análisis de Políticas Públicas. Documentos de trabajo No 11, diciembre 2007

Esta postura reafirma el perfil activo que el gobierno tiene, mismo que se hace presente en los problemas sociales y en la decisión de solucionarlos, es decir, el Estado asume que existen problemas dados en la sociedad y decide resolverlos.

En esta misma perspectiva se ubican

Howlett y Ramesh (2003) al definir las políticas públicas como el resultado de decisiones del gobierno que pueden estar orientadas a mantener o alterar el status quo²⁰

En el ámbito de políticas públicas la perspectiva Howlett y Ramesh (2003) ayuda a resaltar la capacidad que tienen las políticas públicas en la transformación social, y no solo en los aspectos relacionados con el funcionamiento del mismo gobierno, sino en las estructuras mismas de la sociedad como en los grupos que componen a la sociedad (grupos de clase, sexo, edad) etc., sino también en el tipo de actividades socialmente permitidas y valoradas (banqueros, obreros, maestros) frente a otras que no, es decir, las políticas públicas tienen la capacidad a través de sus decisiones el otorgar un nivel de bienestar en la sociedad.

Por otro lado

Jenkins (1978), Una política pública hace referencia a un conjunto de decisiones interrelacionadas, tomadas por un actor o grupo de actores respecto de la selección de metas y medios para alcanzarlas en una situación específica, y donde aquellas decisiones están dentro del ámbito de autoridad de esos actores.²¹

²⁰ Mauricio Olivarría Gambi Ph.D. (2007). Conceptos básicos en el análisis de políticas públicas. Documentos de trabajo No. 11, diciembre 2007

²¹ Mauricio Olivarría Gambi Ph.D. (2007). Conceptos básicos en el análisis de Políticas Públicas. Documentos de trabajo No 11, diciembre 2007

Es decir, para Jenkins (1978), el estado no solo toma una decisión cuando se trata de resolver algún problema, por el contrario, las políticas públicas involucran una serie de decisiones que requieren de la intervención de actores que busquen influir en estas. Esta definición acepta que no todos los grupos cuentan con el mismo poder de intervención en la toma de decisiones, puesto que aquellos con mayor poder igualmente contarán con más peso

El aporte ofrecido por esta definición es que no solo se centra en las metas puestas por el gobierno para lograr resolver los problemas sociales, sino también en los medios que utilizarán para lograr estas metas, mismas que se dirigen a tener una influencia en la vida de los ciudadanos

Otra definición de políticas públicas

Las políticas públicas son proyectos y actividades que un Estado diseña y gestiona a través de un gobierno y una administración pública a los fines de satisfacer necesidades de una sociedad (Graglia, 2004a:19-20)²²

Dentro de este aporte teórico que realiza Graglia, (2004) maneja conceptos centrales de los cuales parten las definiciones para un buen manejo de políticas públicas que ponen en práctica los gobiernos, estos conceptos son: Gobierno, Administración Pública, Satisfacción y Sociedad.

Siendo el gobierno el encargado de dirigir y conducir el rumbo de la sociedad desde el poder político, en cuanto a la administración pública definida como el conjunto de funciones desempeñadas por los estados cuya finalidad es la de satisfacer las necesidades de la población en cuanto a los servicios públicos. Satisfacción dada al superar las expectativas de la población.

²² J. Emilio Graglia. (2012). En la búsqueda del bien común. Manual de políticas públicas. 1ª edición. Buenos Aires Argentina.

Una vez expuestas las definiciones afirman que es justo este enfoque el que debe ser utilizado en este trabajo, debido a que todas ellas hacen evidente que lo que se pretende es solucionar problemas por medio de decisiones tomadas por el gobierno.

Es decir, he llegado al punto de definir a las políticas públicas como las decisiones que el gobierno toma para solucionar los problemas y satisfacer las necesidades que se dan entre los ciudadanos.

I.III Tipos de Análisis de políticas Públicas

William N. Dunn en su libro *Public Policy Analysis: An Introduction*: (1994) define políticas públicas como el conjunto de opciones colectivas interdependientes que se asocian a decisiones que adoptan los gobiernos y sus representantes, y que se formulan en áreas como: defensa, salud, educación, bienestar, previsión social entre otras. En cualquiera de las áreas mencionadas existen diferentes posibilidades de acciones de política que se vinculan a iniciativas gubernamentales en curso o potencialmente implementables, y que involucran conflictos entre los distintos actores de la comunidad.

Para Dunn (1994) el análisis de políticas públicas es una metodología para formular problemas con la finalidad de buscar soluciones y que incorpora cinco procedimientos generales: **1) identificar el problema que busca solucionar la política, 2) proyectar futuras políticas, 3) recomendar acciones ligadas a una política determinada, 4) monitorear resultados de política, 5) evaluar el desempeño de las políticas.** A continuación se explica cada uno de estos pasos:

1) Identificación del problema que busca solucionar la política: consiste en visualizar los supuestos que subyacen al problema, diagnosticando sus causas y sintetizando las distintas perspectivas que pudieran existir sobre el tema.

2) Proyectar futuras políticas: Consiste en estimar las consecuencias de políticas existentes y propuestas, especificar probables restricciones futuras que podrían afectar el logro de los objetivos perseguidos, y, estimar la factibilidad política (apoyo y oposición) de las distintas opciones.

3) Recomendación de acciones ligadas a una política determinada: consiste en generar conocimiento relevante acerca de los beneficios y costos de una política y de políticas alternativas a ella que permita a los “Policy Makers” adoptar la política más apropiada

4) Monitoreo de resultados de las políticas: implica asimilar y sistematizar información relevante acerca de las consecuencias de políticas adoptadas previamente para apoyar a los “Policy Makers” en la fase de implementación de la política.

5) Evaluar el desempeño de las políticas: Supone generar conocimiento respecto a las discrepancias entre la performance de la política en proceso de implementación y la esperada para apoyar a los “Policy Makers”.

Es claro que la evaluación de políticas publica dada por Dunn abarca posibles soluciones tanto a políticas existentes y a políticas potenciales esta serie de cinco procedimientos, no se quedan solo ahí, sino que buscan ampliar los beneficios que otorgan dichas políticas mediante el monitoreo de los resultados que estas han arrojado y en caso de ser necesario apoya la reestructuración de las mismas.

Estas tipologías a menudo, se entretajan unas con otras. Éstas pueden variar en función del paradigma con que se trabaje, el campo de acción al que se dirija, en función de la perspectiva temporal, en razón de los contenidos, así como otras muchas combinaciones de las anteriores. En este trabajo se utilizara específicamente el análisis de políticas públicas que va en función de la evaluación del propósito: conclusivo o de resultados.²³

²³ Carlos Salazar Vargas. Análisis de Políticas Públicas

El análisis de políticas públicas orientado a la evaluación de resultados es equiparable al “juicio de los objetivos” de Meny y Thoenig y como afirman estos autores, para proceder el analista acepta cuatro afirmaciones: 1) admite que una autoridad pública persigue objetivos inequívocos y desea su realización; 2) supone que la autoridad pública administra racionalmente los medios y los adapta según las circunstancias; 3) aclara las condiciones y las razones que rigen la elaboración de los objetivos y 4) postula que la política tiene un impacto posible. Por estos motivos, Meny y Thoenig diferencian el “juicio de los objetivos” del “estudio de los efectos”. Es decir, que “la observación de los impactos concretos que han generado intervenciones gubernamentales, en particular desde el ángulo de los efectos inesperados” que pueden estar causados porque el entorno cambia y los problemas evolucionan, la estructura causal de la acción no es la buena y pequeños efectos generan consecuencias colectivas incontrolables (Schelling 1980).²⁴

Las políticas públicas orientadas a la evaluación de resultados nos sirven para intentar conocer cómo y bajo qué condiciones una política pública puede “funcionar” o por qué “no funciona”, puesto que determinan su desarrollo efectivo y su implementación, pero no hay duda de que esta distinción entre la evaluación de proceso y la de resultado no es siempre tan rígida como esta caracterización parece sugerir.²⁵

Como vemos existen variados tipos de análisis de políticas, y las propuestas de los autores antes mencionados muestran como una política pública puede ser analizada desde diferentes aspectos que van desde la identificación del problema hasta los resultados arrojados, sin embargo en el caso de este trabajo el interés surge por desarrollar un análisis de resultados, esto debido a que el principal interés es conocer la forma en que la gente de la localidad

²⁴ Xavier Bertrana. Tamyko Ysa. LOS RETOS DE LA EVALUACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS: ENTRE LA PARTICIPACIÓN Y LA RESPONSABILIDAD. Este trabajo se ha desarrollado en el marco del Grupo de Investigación en Liderazgo e Innovación en la Gestión Pública (GLIGP), con el apoyo del proyecto I+D+I del MEC SEJ2006-00961.

²⁵ Xavier Bertrana. Tamyko Ysa. LOS RETOS DE LA EVALUACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS: ENTRE LA PARTICIPACIÓN Y LA RESPONSABILIDAD. Este trabajo se ha desarrollado en el marco del Grupo de Investigación en Liderazgo e Innovación en la Gestión Pública (GLIGP), con el apoyo del proyecto I+D+I del MEC SEJ2006-00961.

percibe o no los beneficios de un programa de gobierno, el programa de pueblos mágicos empezó a operar en Álamos Sonora, en el año 2005;

Al tener ocho años en operación este programa federal en Álamos, es pertinente hacer una evaluación de los resultados arrojados por el programa, mismos que se verán reflejados en la satisfacción de los habitantes en cuanto a los beneficios que esperan y los realmente obtenidos.

Para medir la percepción que los habitantes tienen ante una política pública de turismo como el programa pueblos mágicos, es pertinente conocer la percepción en cuanto a la calidad del servicio ofrecido por el programa.

I.IV La calidad del servicio

Este es un enfoque para el estudio de las políticas públicas que retoma los análisis utilizados en las empresas privadas para medir la satisfacción de los clientes frente a una mercancía o un servicio. En el caso de los estudios sobre asuntos públicos, el análisis se transforma en un modelo gobierno (empresa)- ciudadano (cliente).

El objetivo es medir que tan satisfechos se encuentran los ciudadanos respecto a los programas gubernamentales. Este tipo de estudios han tomado importancia en la actualidad sobre todo en un entorno de creciente competencia democrática donde distintos partidos buscan ejercer el control sobre el aparato gubernamental. Una manera de lograr este objetivo es desarrollar su actividad de gobierno (por ejemplo la prestación de servicios) bajo esquemas de mayor calidad. Gracias a este enfoque hoy se cuenta con instrumentos que tienen como principal función detectar la calidad en el servicio a través de la satisfacción de los clientes.

El enfoque que aboga por que los ciudadanos sean tratados como clientes de los servicios gubernamentales y que las administraciones públicas se esmeren para comprender y

responder mejor a las demandas y necesidades, tiene sus raíces en el mundo empresarial y de forma más general en la cultura del consumo contemporáneo.

En el campo de la administración pública el movimiento hacia el enfoque que ve a los ciudadanos como clientes comenzó en el Reino Unido en 1991, cuando el gobierno central introdujo las llamadas Cartas de Servicios (Citizen Charters). Tales documentos incluían los parámetros o estándares que tenían como objetivo garantizar la satisfacción de los ciudadanos en distintos servicios públicos como los sanitarios, las escuelas, la policía y los servicios locales.

La idea fue popularizada por Osborne y Gaebler (1992) en el libro titulado “La Reinención del Gobierno” que dedicaba su capítulo sexto al gobierno inspirado en el cliente: satisfacer las necesidades del cliente, no las de la burocracia.

I.V Satisfacción y calidad en programas gubernamentales.

Los estudios sobre la satisfacción de los ciudadanos con respecto a los programas gubernamentales han tomado importancia en la actualidad, esto es así, porque al igual que pasa con el sector privado, el gobierno tiene también la necesidad de entregar resultados y mostrar mayores niveles de eficiencia en las diferentes áreas de la administración pública.

Debido a la diversidad de posturas que tienen los grupos humanos en temas sociales, culturales, políticos y tecnológicos, existe la necesidad de diversificar la forma de satisfacer las distintas necesidades. En el caso del gobierno y la serie de servicios sociales que presta, la complejización de las sociedades demanda de un avance y transformación continua de los procesos y servicios creados para generar el beneficio común.

La calidad se ha convertido en un concepto central para medir el funcionamiento de un gobierno. En tanto su definición la calidad engloba muchos significados dependiendo en el contexto en el que sea utilizado, y durante los últimos años ha alcanzado fuerza e importancia en estudios de productos y Servicios

Deming, Juran, Crosby y las normas ISO 9000 definen Calidad como el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos. Por razones prácticas, calidad es cumplir con los requerimientos.

En la prestación de los servicios y en la compra-venta de los mismos, los requerimientos son los indicadores para conocer si se cumple o no con la calidad. Los requerimientos son las características solicitadas por el cliente.²⁶

El concepto de calidad se puede precisar como un conjunto de propiedades que posee un producto o servicio y que son inherentes a él, que garantiza que está bien hecho y que cumple con los requisitos y los estándares exigidos alcanzando un grado de satisfacción, tanto para el fabricante como para el cliente.²⁷

La calidad en destinos es una condición de mercado y uno de los factores de éxito para lograr la competitividad. La calidad en el turismo de los Pueblos Mágicos deber ser total y compete tanto a autoridades de los tres niveles de gobierno como a los propietarios de los servicios turísticos, sea en los procesos administrativos, o en la prestación de los servicios personalizados.

Es decir, este concepto nos pone en claro que la calidad existe en ambas direcciones, si bien los clientes siempre están en la búsqueda de productos y servicios de calidad, también los fabricantes buscan un grado de calidad; en un análisis como este donde se toma el enfoque de gobierno (empresa), ciudadanos (clientes), ambas partes están en busca de la calidad por

²⁶ Carlos Colunga. La calidad en el servicio.

²⁷ Organización internacional de normalización ISO, norma técnica colombiana NTC, ISO 9000, Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario. Bogotá: ICONOTEC, 2000.

una parte los ciudadanos buscan que las decisiones tomadas por el gobierno mejoren sus expectativas en el trabajo, en la economía, y en sus mismos valores, mientras que el gobierno espera mejorar la calidad en su imagen pública.

Con todos estos elementos podemos decir que la calidad del producto o servicio es la percepción que tanto el productor como el cliente tienen del mismo, es la postura que toman las personas en cuanto a si están conformes o no con el producto o servicio brindado tomando en cuenta la satisfacción que este les da.

Hablando de calidad este término según Vásquez (2007), debería ser comprendido por los gerentes, administradores y funcionarios de las organizaciones actuales como el logro de la satisfacción de los clientes a través del establecimiento adecuado de todos sus requisitos y el cumplimiento de los mismos con procesos eficientes, que permita así a la organización ser competitivo en la industria.

Retomando el concepto de calidad en políticas públicas del programa Pueblos mágicos, esta perspectiva resalta la capacidad de transformación social guiada por las expectativas de mejora en donde se busca satisfacer al cliente, en todas las esferas, mediante la participación del gobierno así como de la misma sociedad.

El servicio es algo más que satisfacer a otros, es todo un proceso en el cual se evalúan la calidad dada a los atributos o propiedades del servicio, las cuales permiten emitir un juicio de valor acerca de él, es en este sentido que se habla de una mala, buena o inexistente calidad del servicio, no obstante la calidad del servicio es evaluada no solo en el momento en que se ofrece, sino también durante el proceso en que se encuentra activo.

Entonces se considera al servicio como el conjunto de actividades, decisiones y actitudes que se deben llevar a cabo por los servidores públicos, para que sus clientes sientan que se está trabajando para su total satisfacción.

Los servicios son aquellas actividades identificables por separado, esencialmente intangibles que proporcionan la satisfacción de deseos y que no están necesariamente unidas a la venta de un producto o servicio.²⁸

La producción de un servicio puede estar o no ligado con un producto físico. Así la clave consiste en cumplir o superar las expectativas de calidad en el servicio de los clientes.

Estas expectativas se forman por las experiencias pasadas, recomendaciones verbales y publicidad de la empresa. Los clientes eligen a los proveedores sobre esta base y, después de recibir el servicio lo comparan con el esperado. Si el servicio percibido es inferior al esperado, los clientes pierden interés en el proveedor. Pero si el servicio cumple o supera las expectativas el proveedor será utilizado de nuevo.

El concepto de calidad de servicio, generalmente ligado al sector empresarial, es igualmente aplicable al ámbito de la Administración Pública y, más aún, al de la Administración local, por ser ésta la más cercana al ciudadano.²⁹

La calidad en un servicio no es fácil de definir debido a que es una apreciación subjetiva, es decir, la calidad es una postura en la que el consumidor muestra conformidad con un servicio determinado.

Cuando lo que se ofrece a las personas es un programa de gobierno como el de Pueblos Mágicos, la calidad del servicio que se presta al cliente es la de mejorar sus condiciones de vida actuales, hablando de beneficios materiales, de trabajo, de expectativas y valores lo cual requerirá de una serie de acciones que tiendan no solo a reconocerlas y mejorarlas sino también a superarlas.

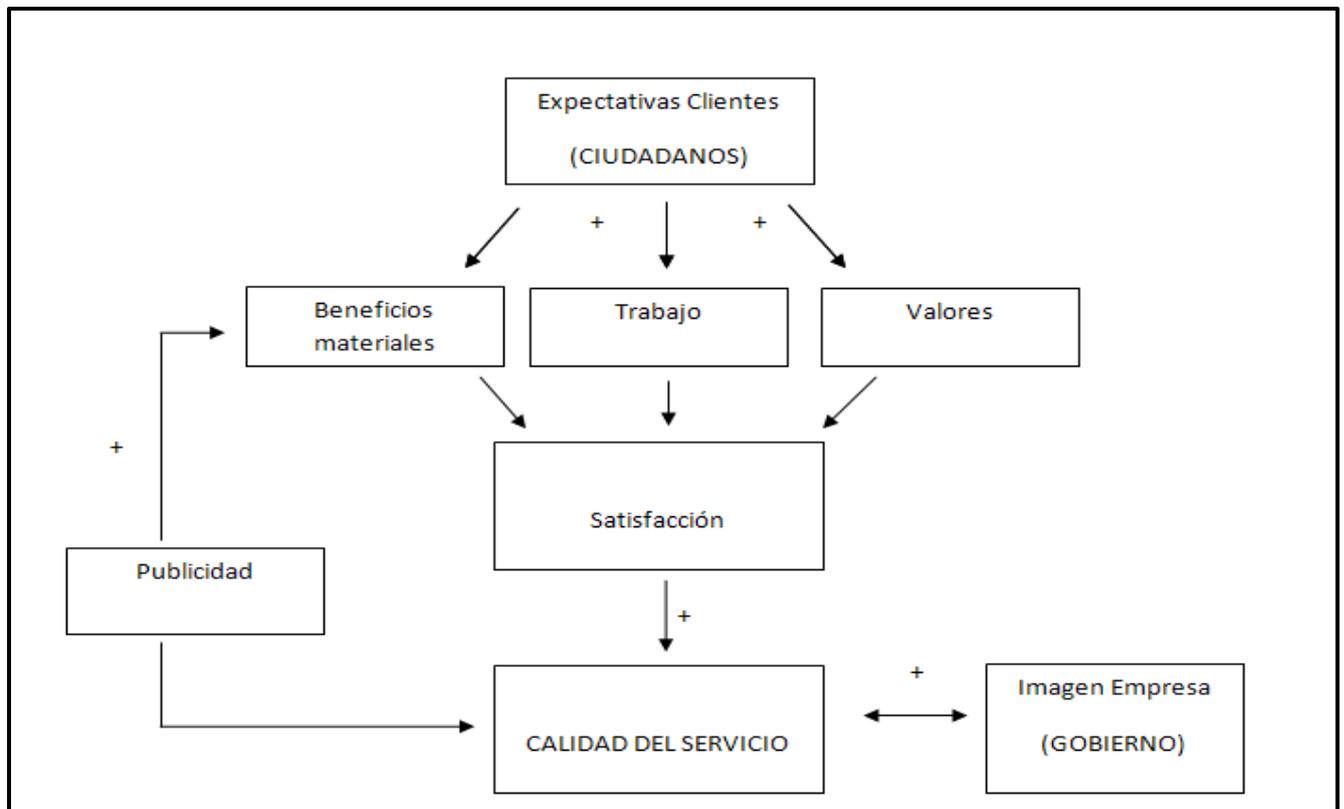
El modelo de Calidad del servicio propuesto para analizar el programa Pueblos Mágicos nos proporciona información detallada sobre:

²⁸ Mc Craw W-Hill, biblioteca practica de negocios, tomo Vii, mexico Abril 1994, pág., 211

²⁹ Gregg G. Van Ryzin, Eloísa del Pino. (2009) Como escuchar como aprender y como responder: las encuestas ciudadanas como una herramienta para la reinención del gobierno. Pp 1-27

- El enfoque de empresa (gobierno) – cliente (ciudadanos)
- Opiniones de los clientes sobre el servicio (medición basada en la satisfacción de expectativas de los clientes en cuanto a Beneficios materiales, trabajo y valores a partir del servicio).
- Niveles de desempeño percibidos por los clientes (ciudadanos) de la empresa (gobierno) a través de la publicidad o herramientas de comunicación.
- Imagen positiva o favorable de la empresa (gobierno) a partir de la prestación del servicio.

Figura 1. Calidad en el servicio



Fuente: Calidad del servicio Elaboración propia

El modelo de calidad de servicio basado en el enfoque Empresa (Gobierno) Clientes (Ciudadanos) nos enseña que al superar las expectativas de los clientes (Ciudadanos) en parámetros como la percepción de mayores beneficios materiales, mayor oferta de trabajo o

la conservación y estimulación de sus valores genera un juicio de valor de satisfacción ante el servicio otorgado, este aumenta cuando se hace uso adecuado de la herramientas publicitarias utilizándolas para resaltar el esto de bienestar del los clientes y con ello consolidar una imagen positiva y fuerte de la empresa (Gobierno).

La calidad de servicio es definida como la percepción que tiene el cliente sobre el servicio recibido (Zeithaml y Bitner, 2000).

Esta percepción se obtiene de la discrepancia producida entre las expectativas que tenía el cliente antes de recibir el servicio y el desempeño actual. Sin embargo, los clientes no perciben la calidad de servicio como un concepto unidimensional, si no que separan la información en diferentes dimensiones (Zeithaml y Bitner, 2000).

Parasuraman y cols. (1991) diferenciaron cinco dimensiones para las cuales, señalaban que podían considerarse universales para todo tipo de organizaciones que prestan servicios.³⁰

Estas dimensiones son: a) Fiabilidad, definida como la habilidad de ofrecer un servicio de confianza b) Capacidad de respuesta, que es la voluntad de ayudar al cliente y proporcionar un servicio rápido, c) Seguridad, es definido como el conocimiento y la cortesía de los empleados que inspiran confianza, d) Empatía, caracterizado por el cuidado y la atención individualizada que la compañía ofrece a sus clientes, e) Aspectos tangibles, los cuales se componen del equipamiento, facilitadores físicos y la apariencia física del personal.³¹

Calidad también denota, como lo señala Juran, "aquellas características del servicio que responden a las necesidades del cliente". Un cliente con sus necesidades y expectativas cubiertas es un cliente satisfecho. Calidad es satisfacer al cliente.³²

El concepto de calidad de servicio no posee una definición específica, puesto que "es el consumidor quien determina qué es la calidad" (Cobra, 2000). Es por ello, que para que la

³⁰ Esther Gracia Rosa Grau. Estudio de la calidad del servicio como base fundamental para establecer la lealtad del cliente en establecimientos turísticos. Jornades de Foment de la Investigació.

³¹ Esther Gracia Rosa Grau. Estudio de la calidad del servicio como base fundamental para establecer la lealtad del cliente en establecimientos turísticos. Jornades de Foment de la Investigació.

³² Carlos Colunga. La calidad en el servicio.

calidad de servicio sea adecuada, es necesario centrarla en las necesidades y deseos de los clientes y en la búsqueda continua por exceder sus expectativas.

Adicionalmente estos estándares de calidad deben ser fijados en base a las expectativas de los clientes. Por otra parte, Stanton et al (2004) señalan que la calidad de servicio tiene dos atributos que deben ser entendidos por los proveedores de servicios para que éstos se distingan de sus competidores.

El primero es “la calidad la define el cliente, no el productor-vendedor” y el segundo es “los clientes evalúan la calidad de servicio comparando sus expectativas con sus percepciones de cómo se efectúa éste”

Lograr la satisfacción del cliente en este enfoque implica unir y mantener en equilibrio varios elementos del gobierno, mismos que van desde su personal, servicios, atención al cliente (ciudadano), hasta sus procesos administrativos. El cliente es el mejor parámetro de medición del correcto funcionamiento del gobierno. Es uno de los elementos más importantes con el que el gobierno cuenta y, por lo tanto, hay que cuidarlo y tratarlo como se merece.

El cliente es la persona que finalmente recibe el servicio (licencia de uso de suelo, permisos que otorga el gobierno, empleos, servicios de salud, vivienda, abastecimiento de agua, seguridad etc.) y quien lo evalúa y lo mantiene.

Entonces desde la perspectiva del gobierno, los clientes son las personas (físicas o morales) que requieren de los servicios ofrecidos Sin duda al hablar de la calidad del servicio es necesario plantear aspectos como la satisfacción de los clientes sus expectativas y, hay que hablar también de la imagen, percepción, de los grados de calidad existentes, de marketing, es decir si el enfoque utilizado para el análisis de este programa es de ver a el gobierno como una empresa, entonces no podemos dejar fuera estos elementos que son de gran importancia para el buen funcionamiento de cualquier empresa.

Empezaremos por definir la satisfacción de los clientes Los autores Kotler y Keller (2006) definen la satisfacción de cliente como:

Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado (p.144)

Siguiendo el mismo orden de ideas, Grande (2000) señala que “la satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene, con las expectativas que tenía de recibirlos”. Este concepto se puede expresar de esta forma

$$\text{Satisfacción} = \text{Percepciones} - \text{Expectativas}$$

Los planteamientos anteriores, nos muestra la satisfacción del cliente como un parámetro que parece sencillo de determinar por depender básicamente de dos aspectos expectativas y percepciones, sin embargo determinar la calidad de un servicio por medio de la satisfacción del cliente es bastante complejo, ya que involucra la manera como las personas perciben la calidad, lo cual trae consigo un sin fin de aspectos psicológicos que varían de cliente en cliente, incluso si se trata del mismo servicio.

Por otra parte, es importante resaltar que este es un parámetro al que las empresas están dando mayor importancia cada día, por ser el que les permite visualizar cómo están posicionadas en el mercado y diseñar estrategias que las conduzca a abarcar una mayor porción del sector donde se desenvuelven.

Walker et al (2005), plantea que para que las medidas de satisfacción al cliente sean de utilidad; deben considerar dos aspectos:

- Las expectativas y preferencias de los clientes respecto a las diversas dimensiones de calidad de producto y servicio.
- Las percepciones de los clientes acerca de qué tan bien está satisfaciendo la compañía esas expectativas.

“La investigación de las expectativas del consumidor es el primer paso para establecer estándares de calidad para un servicio” (Cobra, 2000) y para poder evaluar dichas expectativas, es importante entender cómo se forman.

Al respecto Lovelock et al (2004) plantean que las expectativas de las personas sobre los servicios están influenciadas por varios aspectos: sus experiencias previas como clientes, comentarios de otros clientes, necesidades personales, sector que presta el servicio, entre otros.

En cuanto a las percepciones, Schiffman y Lazar (2006) definen a las percepciones como las actitudes entre las cuales destacan la apariencia física, los estereotipos, la primera impresión, las conclusiones apresuradas y el efecto halo (evaluación de un objeto o persona basada en una sola dimensión).

En síntesis, se puede concluir que las expectativas y las percepciones del cliente, juegan un papel fundamental en el sector de los servicios. En este caso de las expectativas de los habitantes de Álamos dependerá la calidad del servicio percibido, mismo que es ofrecido por el gobierno en este caso el servicio prestado es el del programa Pueblos Mágicos.

Pero como ya lo hemos mencionado antes la calidad del servicio tiene una función bilateral, es decir, es importante como cliente recibir un servicio de calidad que supere o satisfaga las necesidades y deseos, pero también como empresa es importante tener el referente de empresa de calidad, misma que se ve reflejada específicamente en la imagen de la empresa y la imagen de la empresa se expresa como la imagen percibida y la imagen proyectada aspecto que se debe cuidar para no arrojar la imagen equivocada. En un análisis como este donde se

analiza la imagen que se analizara es la que ofrece el gobierno con el programa pueblos mágicos, la cual se traduce en la construcción y rehabilitación de infraestructura turística en mejores oportunidades para la localidad receptora del programa, mayor fomento a la inversión, la modernización de pequeñas empresas entre muchas otras.

II. Álamos Sonora

II.I Localización.

Álamos es un municipio del estado de Sonora, este municipio está ubicado en el sureste del estado, su cabecera es la población misma de Álamos y se localiza a una altura de 520 metros sobre el nivel del mar. Colinda al noreste con el estado de Chihuahua, al sureste con el estado de Sinaloa y con los siguientes municipios: al suroeste con Huatabampo, al oeste con Quiriego y Navojoa y al noroeste con Rosario. Posee una superficie de 6,947.42 kilómetros cuadrados, que representan el 3.75 por ciento del total estatal y el 0.35 por ciento del nacional.³³

II.II Historia.

La ciudad de Álamos fue fundada el 8 de diciembre de 1685. Originalmente se le llamó Real de la Limpia Concepción de los Álamos y también Real de los Frailes. Esta ciudad colonial tuvo su esplendor gracias a la minería y por su importancia fue nombrada Capital del Estado de Occidente en 1827.

El templo actual de la Parroquia de la Purísima Concepción de Álamos fue construido entre los años de 1786 a 1821. Álamos fue escenario de importantes acontecimientos históricos entre ellos se encuentra la batalla en la cual falleció el ilustre general republicano don Antonio Rosales.³⁴

Las minas de plata convirtieron al Pueblo una de las ciudades más prósperas en la explotación de este mineral, posición singular debido a su lejanía a la capital de la Nueva

³³ <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM26sonora/municipios/26003a.html>

³⁴ BALSLEV CLAUSEN VEJLEDER: JAN GUSTAFSSON (CSA) & HANS KRAUSE HANSEN (IKL) JUNTOS PERO NO REVUELTOS. Un estudio de caso sobre los inmigrantes norteamericanos en un pueblo mexicano. Transnacionalismo y asimilación. AMERIKANSKE STUDIER, COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL, 2007.

España. Por el desarrollo económico, político, social y cultural el Pueblo se convirtió en la primera cede del obispado en esta región del país.

Las minas del Pueblo funcionaron cerca de 200 años, llegando a producir cantidades abundantes de plata; llegando a ser consideradas las vetas más abundantes de la Nueva España. En 1829 se instaló la primera casa de moneda; una de las tres que operaron al noroeste, las otras dos estuvieron en Culiacán y en Hermosillo donde se acuñó moneda circulante. La producción de monedas en el Pueblo tuvo tanta calidad que exportó plata acuñada a China, India, Estados Unidos e Inglaterra.

El Pueblo tuvo su primer ayuntamiento en 1814. El 24 de noviembre de 1820, en plena guerra de Independencia, el municipio fue declarado la capital del Estado de Occidente que abarcaba los actuales Estados de Sonora, Sinaloa y las Bajas Californias.

Los pobladores de la nueva capital contaban con los recursos económicos para poder viajar a Europa. Las casas fueron hechas con todo el lujo de la época, construyéndose los primeros centros educativos y culturales. Los primeros periódicos del Pueblo fueron editados en 1828-1830 con los nombres de “Opinión Pública en Occidente” y “Celajes de la Aurora en Occidente”.

En 1831 fueron separados los Estados de Sonora y Sinaloa. El Pueblo fue anexado al Estado de Sonora por solicitud expresa de su ayuntamiento y vecinos. En 1865, por decreto del Archiduque Maximiliano de Austria, se creó el departamento Imperial del Pueblo.

El material histórico sobre los pobladores y las escasas estadísticas disponibles, coinciden en señalar que la mayoría de los que se quedaron eran familias pobres; la población no sobrepasaba 500 personas.

II.III Características del pueblo

Se le considera la ciudad más colonial por la pureza de su arquitectura; también se le ha nombrado "La Ciudad de los Portales". Se puede admirar esta ciudad colonial y sus construcciones centenarias de imponentes arcos y amplios patios cubiertos de vegetación. También puede caminar por sus estrechas y empedradas calles.

El Pueblo tiene una plaza central dentro de la cual se encuentra la iglesia principal, dedicada a Nuestra Señora de la Concepción. La presidencia municipal se ubica en un edificio a media cuadra de la Plaza principal. En la plaza existe un kiosco de diseño colonial. El Pueblo se encuentra atravesado por un arroyo.³⁵

La ciudad es un destino que debe ser recorrido por cada rincón con que cuenta, Álamos ofrece al turista una estancia placentera con innumerables atractivos para visitar y disfrutar. Enmarcada en un ambiente colonial, con construcciones centenarias y estrechos callejones empedrados.

Para mantener viva su historia y tradiciones cada año se realizan diversos eventos especiales, como el festival que se realiza en honor del Dr. Alfonso Ortiz Tirado, conocido como "el tenor de América", y que convierte a Álamos en la capital de la cultura en Sonora. También se realizan otros eventos importantes a lo largo del año, como las Fiestas de La Virgen de La Balvanera o las Fiestas Patronales de La Inmaculada Concepción³⁶

³⁵ BALSLEV CLAUSEN JUNTOS PERO NO REVUELTOS. Un estudio de caso sobre los inmigrantes norteamericanos en un pueblo mexicano. Transnacionalismo y asimilación. AMERIKANSKE STUDIER, COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL, 2007.

³⁶ BALSLEV CLAUSEN JUNTOS PERO NO REVUELTOS. Un estudio de caso sobre los inmigrantes norteamericanos en un pueblo mexicano. Transnacionalismo y asimilación. AMERIKANSKE STUDIER, COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL, 2007.

Álamos conserva muchos edificios y construcciones notables, entre ellos La iglesia, sede del primer obispado sonorense.

La Plaza de Armas con calles estrechas y empedradas, balcones enrejados, con jardines donde todo parece suspendido en el tiempo pasado, para el reposo de sus actuales residentes. Otros atractivos que no deben dejar de visitarse son el Paseo del Chalatón, el Museo costumbrista, el Arroyo Cuchujaqui donde convergen varios ecosistemas únicos en el mundo, El callejón del Beso, y a pocos kilómetros, vale la pena dedicarles unas horas a otros poblados cuya historia está estrechamente ligada a la de Álamos: Minas Nuevas, La Aduana y Promontorios.

Álamos cuenta con todos los servicios: bancos, gasolinera, boticas, excelentes hoteles y restaurantes, donde se vive la sensación de encontrarse muy lejos del siglo XX. Viejas y acondicionadas para las necesidades de un turismo creciente.

Entre sus monumentos destacan los ya citados Templo Parroquial, Palacio Municipal y Plaza de Armas, así como el Panteón Municipal, inaugurado en 1791.

El pueblo de Álamos puede presumir de una historia de gran desarrollo económico en distintos periodos, dentro de los cuales, ha existido una presencia significativa de extranjeros (Plan Municipal de Desarrollo, 2003-2006; Figueroa 1983; Ridley 2004).

II.IV Desarrollo turístico en Álamos.

El pueblo de Álamos ha tenido durante su historia un desarrollo económico importante, este desarrollo se debe en gran parte al descubrimiento de una abundante veta de minerales, el pueblo se convirtió en una de las ciudades mas prosperas en la explotación de plata. Sin embargo al inicio del siglo XX la actividad minera de esta zona se agoto, debido a la

presencia de la revolución Mexicana que provocó la migración de muchos de los habitantes del pueblo.

El pueblo poco a poco se fue convirtiendo en una especie de ciudad fantasma. Esta situación perduró por más de 20 años hasta que el norteamericano H. Alcorn visitó el pueblo en la década de los cuarenta. Admirado por la belleza de las fachadas que quedaban en pie, Alcorn decidió comprar todos los lotes que pudo en zona central del antiguo núcleo urbano. Esta parte estaba parcialmente desmantelada y con construcciones derrumbadas. El nuevo dueño inició la reconstrucción de varias mansiones. Esto con el propósito de venderlas en Estados Unidos entre amigos y antiguos clientes. A final de la década de los cincuenta, existía ya una colonia de norteamericanos habitando gran parte del centro histórico. Una segunda oleada de inmigrantes del mismo país llegó a fines de los ochenta y los noventa. La comunidad norteamericana ha tenido un crecimiento sostenido los últimos 15 años. Paralelo a ello, Álamos experimenta un renacimiento en su actividad económica. En gran parte esto último ha sido impulsado por los negocios que estos nuevos residentes instalaron. La mayoría son prestadores de servicios relativos al turismo como restaurantes, hoteles, tiendas e incluso transporte terrestre desde los Estados Unidos. Este pueblo mexicano es percibido como un lugar ideal para descansar y divertirse y vivir un regreso al México de antes.³⁷

Hoy en día Álamos cuenta con una afluencia turística conformada principalmente por turistas norteamericanos, pero también se ha experimentado un gran crecimiento en el número de turistas nacionales que visitan dicho pueblo. Tan solo en 2012 se registró una ocupación hotelera superior al 85% en Álamos (SECTUR 2012).

³⁷ Helene Balslev Clausen, Mario Alberto Velázquez García. 2010. Desarrollo turístico en comunidades norteamericanas en México: el caso de Álamos, Sonora. Diálogos Latinoamericanos, núm. 17, 2010, pp. 23-46, Aarhus Universitet Dinamarca

En el año 2001 la Secretaría de Turismo en colaboración con diversas instancias gubernamentales y gobiernos estatales y municipales lanzan el programa pueblos mágicos, el cual contribuye a revalorar un conjunto de poblaciones de México que con su arquitectura, historia, hechos trascendentes, leyendas, y la MAGIA que desprenden en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, representan alternativas frescas y diferentes para el turismo. El objetivo principal del programa es estructurar una oferta turística innovadora y original, que atienda la demanda turística de: historia, cultura, tradiciones, aventura y deporte en escenarios naturales, o la simple, pero única cotidianidad de la vida rural y de una pequeña ciudad. Además de ser un reconocimiento a quien habita el lugar y ha sabido guardar para todos la riqueza cultural e histórica que encierra.

Álamos es una ciudad que cumple con los objetivos de dicho programa, es decir, desprende magia. Su bella y bien conservada arquitectura, sus estrechos callejones empedrados, sus fachadas que le han dado el sobrenombre de "la ciudad de los portales", sus leyendas, tradiciones y expresiones artísticas, nos transportan del pasado a un presente activo y cultural. Estos atributos y matices son los que le dieron el mérito para ser considerado Pueblo Mágico.

El Pueblo fue nombrado: "Monumento Histórico Nacional" por el Instituto Nacional de Antropología e Historia, el día 24 de noviembre 2000. Posteriormente en 2005, el Pueblo fue integrado al Programa Nacional de "Pueblos Mágicos".

Por medio de esta política pública el gobierno federal proporciona fondos a los gobiernos municipales que buscan impulsar la actividad turística "cultural" en lugares que pudieran ser considerados, al mismo tiempo, prototípicos sobre lo mexicano, pero también que tuvieran características particulares o únicas sobre la identidad o la cultura de este país. Esto implica

que el lugar seleccionado tiene edificios o zonas urbanas consideradas de importancia para el patrimonio nacional y el turismo (Plan Municipal de Desarrollo 2003-2006).

El ingreso al programa de Pueblos Mágicos no sólo implica el acceso a fondos para el municipio sino que este es promocionado dentro de los sitios oficiales del gobierno federal sobre turismo en México.

Es en este mismo año que el Festival Dr. Ortiz Tirado, es considerado uno de los festivales culturales más importantes de México, al lado del prestigioso Festival Cervantino de Guanajuato, del Estado Guanajuato.

Álamos experimenta un renacimiento en su actividad económica. En gran parte esto último ha sido impulsado por los negocios que estos nuevos residentes instalaron. La mayoría son prestadores de servicios relativos al turismo como restaurantes, hoteles, tiendas e incluso transporte terrestre desde los Estados Unidos.³⁸

Álamos se ha convertido en un foco de atracción turística. Este lugar ofrece una “recreación del pasado”, en este caso el colonial mexicano (Aguilar *et.al*, 2003), opuesto a la modernidad y desarrollo de las ciudades de los Estados Unidos.

Esta imagen idílica y nostálgica de Álamos es promovida (Casella, 1999) por guías turísticas, folletos, libros y páginas de internet sobre este lugar. Este pueblo mexicano es percibido como un lugar ideal para descansar y divertirse y vivir un regreso al México de antes.

La actividad turística en Álamos ha continuado consolidándose como la principal actividad económica de esta población durante la década de los noventa y el nuevo siglo. (Clausen, 2008).

³⁸ BALSLEV CLAUSEN. JUNTOS PERO NO REVUELTOS. Un estudio de caso sobre los inmigrantes norteamericanos en un pueblo mexicano. Transnacionalismo y asimilación. AMERIKANSKE STUDIER, COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL, 2007.

Una de las características económicas del turismo es que a diferencia de los productos de otras industrias los de esta actividad productiva no pueden ser fácilmente transportados. Los consumidores del turismo tienen que acudir al lugar donde este se produce para poder utilizarlo. Idealmente no es posible que bienes como las playas sean movidas para que puedan ser consumidos por un cliente. Por ello, los espacios turísticos se convierten en sí mismos en productos a la vez que en sitios de producción.

Esta transformación del espacio ocurre si las nuevas instalaciones facilitan o mejoran el consumo o permite el disfrute de ciertas actividades (experiencias) recreativas. En este sentido, el turismo no está limitado por las características físicas de los lugares.

En tanto actividad económica puede desarrollarse en áreas donde ninguna otra actividad podría, aunque es imposible negar el rol que juegan factores como el clima.

Entonces, el turismo es un tipo de producción que se apropia y transforma los espacios de una manera muy distinta a como lo hacen otras actividades económicas: 1) su producción no requiere de la extracción de materiales para su manufactura o invertir en el cultivo de productos; 2) el turismo tiene la capacidad de extenderse a zonas que no tienen un potencial intrínseco de producción, al menos, bajo los patrones anteriores; 3) el turismo se compone de una combinación de características socio-culturales, naturales y físicas como paisajes, monumentos o edificios históricos; y 4) las personas mismas se convierten en parte del escenario o producto que se consume (Urry, 1990).

Esta última característica tiene una importancia muy significativa. Debido a que el turismo es una actividad económica que desarrolla una relación particular con el espacio. Pero igual de significativa es la articulación que establecen los diferentes grupos que intervienen en ella.

De igual manera, esta actividad productiva se ha convertido en una de las principales fuente de empleo local; diversos habitantes mexicanos del pueblo han encontrado formas de emplearse o beneficiarse con el continuo flujo de visitantes.

Por ejemplo, trabajadores manuales como carpinteros y albañiles son usados periódicamente para la construcción o reparación de las casas, los hoteles y los restaurantes. Es de mencionar que estos trabajadores mexicanos han desarrollado tal grado de especialización y perfección en su labor de construcción o restauración de casas de estilo colonial que son contratados desde Estados Unidos para trabajos similares en aquel país gracias a la recomendación de los residentes de Álamos³⁹.

Todo esto resulta en que los niveles de ingreso de las personas que trabajan en servicios relacionados al turismo son superiores a los que viven de otras actividades productivas como la agricultura.

³⁹ BALSLEV CLAUSEN JUNTOS PERO NO REVUELTOS. Un estudio de caso sobre los inmigrantes norteamericanos en un pueblo mexicano. Transnacionalismo y asimilación. AMERIKANSKE STUDIER, COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL, 2007.

III Metodología

Para este estudio fue necesario construir una metodología basada en el modelo del barómetro de satisfacción del cliente. Esto, con el fin de poder evaluar el desempeño de una política pública como lo es el programa pueblos mágicos.

El estudio de políticas públicas basadas en resultados pueden realizarse en dos vertientes, la primera es basando los resultados en datos estadísticos como: cifras de gasto, producción, empleos, número de cuartos de hotel, ocupación en restaurantes, etcétera; la segunda es utilizando entrevistas para medir la eficiencia de la política pública utilizada. En este estudio se hará uso de esta última.

Una forma de evaluar el resultado de una política pública como el programa pueblos mágicos es mediante la utilización de un barómetro de satisfacción el cual muestre la percepción de todos los implicados, si bien este modelo se ha utilizado principalmente en empresas privadas de diferentes países, hoy en día es considerado también para evaluar los resultados de programas gubernamentales como de educación (en este rubro se evaluó en Europa a escuelas del país), obras publicas (en España se evaluó el uso de baños públicos) y programas de ayuda e interés social etc.

III.I El barómetro de satisfacción

La satisfacción del cliente ha tomado mayor significancia en el ámbito internacional con el desarrollo de investigaciones en la satisfacción del consumidor durante las últimas tres décadas principalmente en Europa y Estados Unidos (Day y Hunt 1979, 1982,1983; Hunt and Day 1980,1982, 1985; Yi, 1989), entendienddo que el concepto de satisfacción es crucial para entender las necesidades de los consumidores, los negocios y la sociedad en los mercados modernos.

Las investigaciones de la conducta del consumidor y la mercadotecnia en países desarrollados iniciaron desde los años setentas. En 1989, Fornell ayudó a Suecia a construir la primera medida nacional de la satisfacción del consumidor (Swedish Customer Satisfaction Barometer SCSB) (Fornell, 1992). Quien más tarde en 1994 construiría el American Customer Satisfaction Index (ACSI) (Fornell, Johnson, Anderson, Cha, Bryant; 1996).⁴⁰

A mediados de los noventas los índices nacionales de satisfacción del cliente fueron gradualmente reconocidos por los gobiernos y las compañías por todo el mundo como un buen instrumento de medición de la calidad tanto para las compañías como para las naciones. Haciendo un análisis histórico acerca de los principales índices nacionales de satisfacción, se encontró que la primer medida fue el Barómetro de Satisfacción del Cliente establecido en Suecia en 1989 (SCSB), el cual fue dirigido aproximadamente a 130 empresas incluidas en 32 industrias de ese país.

El Índice Americano de Satisfacción del Cliente (ACSI) fue introducido en 1994 reportando resultados para 200 empresas en 34 industrias (Fornell, 1996).

El Barómetro de Satisfacción del Cliente de Noruega, fue introducido en 1996 y en 1999 reportando resultados para 42 empresas en doce diferentes industrias. El más reciente es el Índice Europeo de Satisfacción del Cliente (ECSI) reportando resultados para cuatro industrias y once países de la Unión Europea (Eklof, 2000).⁴¹

Se debe reconocer que la satisfacción es subjetiva, difiere entre los individuos y no se puede observar directamente. Esto es, su valoración puede variar según el contexto. La satisfacción se ve afectada por las circunstancias cambiantes, y por lo tanto, la medición de satisfacción también, porque tiene que ver con el hecho de que todos los indicadores dependen del contexto y todo es relativo.

⁴⁰ Miriam Rodríguez Vargas. (2012) ÍNDICE MEXICANO DE SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS DE PROGRAMAS SOCIALES IMPLEMENTADOS POR LA SEDESOL EN MÉXICO (IMSAB)

⁴¹ Miriam Rodríguez Vargas. (2012) ÍNDICE MEXICANO DE SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS DE PROGRAMAS SOCIALES IMPLEMENTADOS POR LA SEDESOL EN MÉXICO (IMSAB)

Por ello, es importante considerar las importantes diferencias entre un índice de satisfacción de clientes y uno de satisfacción de beneficiarios de programas públicos. En un mercado competitivo, si el cliente no está satisfecho con el bien o servicio que adquiere tiene la posibilidad de buscar otro proveedor o de demandar mayor calidad.⁴²

En el caso de un bien o servicio del gobierno, en particular los que otorgan los programas públicos, no existe la opción de buscar otro proveedor. Los estudios de satisfacción del ciudadano se realizan con la finalidad de medir parcialmente la calidad de los gobiernos, desde la percepción de sus ciudadanos.⁴³ Es en este sentido, que el barómetro de satisfacción es el modelo elegido para medir la percepción que tienen los habitantes de Álamos en cuanto a la calidad del servicio ofrecido por el programa Pueblos Mágicos.

Al no utilizar dicho modelo sería difícil poder entender tanto el planteamiento hecho del programa por parte del Estado, como las expectativas de los habitantes de la localidad hacia el programa mismo. Concretamente este estudio explora el desempeño de una política pública ofrecida por el estado, misma que es evaluada en cuanto a la percepción positiva o negativa que los habitantes tienen en cuanto a sus expectativas de trabajo, beneficios materiales, valores e imagen. Estas expectativas se medirán en cuanto a los empleos que ha generado el turismo en Álamos así como los beneficios materiales percibidos por los habitantes desde que el programa entro en operación, también en el uso de espacios del pueblo en fin en una serie de elementos que permitan una evaluación integral del programa.

La investigación se basa en el material que se cree conveniente, considerando que el trabajo sobre la evaluación de una política pública por medio de un barómetro de satisfacción es casi nula. Las escasas investigaciones hechas sobre la satisfacción de políticas públicas son las hechas a instancias gubernamentales no a programas en específico. Sin embargo la

⁴² Miriam Rodríguez Vargas. (2012) ÍNDICE MEXICANO DE SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS DE PROGRAMAS SOCIALES IMPLEMENTADOS POR LA SEDESOL EN MÉXICO (IMSAB)

⁴³ Miriam Rodríguez Vargas. (2012) ÍNDICE MEXICANO DE SATISFACCIÓN DE LOS BENEFICIARIOS DE PROGRAMAS SOCIALES IMPLEMENTADOS POR LA SEDESOL EN MÉXICO (IMSAB)

evaluación de programas gubernamentales enfocados al turismo es esencial, dado que esta actividad genera un flujo de personas externas solicitando servicios en actividades cotidianas como restaurantes, fiestas locales, alojamiento, transporte etc., es necesario entonces conocer cual es la postura de la población local ante el desarrollo del turismo, de otra forma se puede generar cierto rechazo de los locales, lo cual resultaría muy perjudicial para el desarrollo del turismo. Además para un buen funcionamiento del programa, es necesario contar con mecanismos que permitan conocer la opinión de la población afectada por la política pública en cuanto a su funcionamiento, regulación y resultados arrojados.

Para la investigación se seleccionó a la localidad de Álamos, Sonora debido a que fue incorporada al programa federal “Pueblos Mágicos” desde el año 2005 al tener 8 años en operación ya se puede hacer una evaluación de los resultados de esta política federal.

III.II Técnicas de recolección de datos.

Para la recolección de información de primera fuente, aplicaremos entrevistas como instrumentos de evaluación de calidad en el servicio dado por el programa pueblos mágicos a habitantes de Álamos, y de esta manera obtener una mirada de los principales receptores del programa, además nos permitirá contrastar las miradas de lo esperado y lo realmente recibido.

Las entrevistas que realicé son cualitativas semiestructuradas, aplicadas a miembros de la localidad de Álamos, Sonora; dicha entrevista se estructuro en tres secciones: la primera sección tiene como objetivo principal el recolectar datos generales de los entrevistados (sexo, edad, escolaridad, profesión) información útil para la creación de una base de datos con el fin de ordenar los resultados obtenidos de los entrevistados; la segunda sección consiste en recopilar datos que muestren la percepción de los habitantes de Álamos acerca de la actividad turística realizada en esa localidad; la tercera sección de la entrevista tiene la finalidad el

recopilar información que muestre la satisfacción o insatisfacción que los habitantes tienen en cuanto a la operación del programa pueblos mágicos en la localidad.

Para la realización de la entrevistas se hicieron antes pruebas pilotos de la misma para calcular duración, claridad de los reactivos y orden de los mismos, se aplicaron 40 entrevistas de forma aleatoria a habitantes de la localidad con una duración aproximada de entre 15 y 25 minutos cada una, los datos obtenidos fueron transcritos a una base de datos de Excel para después ser analizados con el paquete estadístico SPSS. (Los resultados pueden ser comprobados por medio de las entrevistas y bases de datos obtenidas de las entrevistas).

Entrevista

1.- Edad _____ 2.- Sexo H__ M__

3.- Escolaridad

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) Preparatoria
- d) Superiores

4.- Profesión

5.- ¿Trabaja usted en alguna actividad relacionada al turismo (hoteles, restaurantes, taxis, venta de artesanías, cafeterías)?

6.- ¿Tiene familiares que trabajan en el turismo? ¿Cuántos?

7.- ¿Cree que el turismo ha beneficiado o perjudicado a Álamos?

8.- ¿En su opinión el turismo ha generado más empleos en Álamos? Si, no por qué.

9.- ¿Desde su opinión, cuáles son las ventajas y desventajas de que exista turismo en Álamos?

10.- ¿Frecuenta usted los restaurantes y cafeterías del Centro de Álamos?

a) Mucho b) Poco c) Nada

11.- ¿Usted conoce el programa Pueblos Mágicos?

12.- ¿Sabe desde qué año fue incluido Álamos en ese programa?

13.- ¿Sabe de alguna persona que integra el comité de Pueblos Mágicos en Álamos?

14.- ¿Sabe de alguna obra pública realizada por el Programa Pueblos Mágicos?

15.- ¿Ha visto alguna pancarta, anuncio o mensaje por la radio que mencione el programa Pueblos Mágicos?

16.- ¿Cree que la incorporación del Programa Pueblos Mágicos ha favorecido a Álamos?

17.- ¿Quiénes cree que se han beneficiado del programa Pueblos Mágicos?

18.- ¿Quiénes no han sido beneficiados?

19.- En su opinión el festival Alfonso Ortiz Tirado ¿beneficia a los habitantes de Álamos?

a) Mucho b) Poco c) Nada

20.- En escala de 1 al 10 cuál es su satisfacción con el funcionamiento del programa Pueblos Mágicos
Escala de 1 (muy insatisfecho) a 10 (muy satisfecho)

La dimensión temporal a utilizar es transversal, ya que la recolección de datos se realizará una vez y en un periodo de tiempo determinado.

Consulté también fuentes secundarias, en este caso investigaciones presentadas por el Colegio de Sonora, acerca del programa pueblos mágicos en Álamos Sonora, específicamente enfocados a políticas públicas, estudios que me permitieron recolectar la información pertinente para este análisis y así cumplir los objetivos planteados.

Cabe mencionar que dicha evaluación se realizara a partir de la implementación y los resultados del programa Pueblos Mágicos, permitiendo analizar de forma específica la Calidad en el servicio de dicho programa.

La evaluación se realizó utilizando los mismos objetivos del programa como criterios, el estudio esta centrado los siguientes:

- **La búsqueda del desarrollo local a través de la actividad turística;**
- **La (forma en que se produce) la participación de la población en las decisiones de política**

Para analizar estos puntos se tomó el enfoque que aboga porque los ciudadanos sean tratados como clientes de los servicios gubernamentales.⁴⁴

Dentro de este contexto, se realizó un barómetro de satisfacción del cliente, modelo estructural que permite medir la satisfacción de los usuarios (habitantes de Álamos) del Programa “Pueblos Mágicos”.

⁴⁴ Gregg G. Van Ryzin, Eloísa del Pino. (2009) Como escuchar como aprender y como responder: las encuestas ciudadanas como una herramienta para la reinención del gobierno. Pp 1-27

IV Resultados

IV.I Barómetro de satisfacción programa pueblos mágicos en Álamos Sonora.

El sector turismo tiene como finalidad principal proporcionar destinos que ofrezcan cultura experiencias y confort a los turistas, sin dejar de lado el desarrollo local en el lugar donde se lleva a cabo dicha actividad, siendo este el eje principal del sector.

El sector turismo mostró un incremento del 2.1 por ciento en términos reales en relación con enero-marzo de 2012, el INEGI indicó que los servicios ofertados a los turistas nacionales y extranjeros crecieron 2.8 por ciento en los tres primeros meses de este año, siendo este rubro el de mayor participación en la conformación del PIB turístico.

Asimismo, señaló que el consumo de los turistas que viajan dentro del país, sin importar su lugar de residencia, avanzó 2.2 por ciento a tasa anual en el trimestre de referencia.

Detalla que el consumo que ejercen los turistas con residencia en el país registró un aumento del 2.7 por ciento.

En este contexto, en el sector turismo de nuestro país, ya hace 12 años, en el año 2001, surgió el programa pueblos mágicos con el objetivo de contribuir a revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros.

Desde sus orígenes, el programa pueblos mágicos ha adquirido un compromiso con el desarrollo económico y regional de la localidad donde se lleva a cabo. Ofreciendo calidad y transparencia a los ciudadanos y a la sociedad en su conjunto. Como consecuencia de este compromiso y tratando de dar respuesta objetiva a los procesos de calidad del servicio, se decidió la creación del **Primer Barómetro de satisfacción del programa pueblos mágicos**. Presentamos este proyecto con el objetivo de proporcionar información sobre la

calidad y actividades del sector, y a la vez para servir como elemento de reflexión a los diferentes operadores del programa (gobierno, restaurantes, hoteles, comercios etc.) para mejorar tanto la prestación de sus servicios y la atención a la sociedad que son quienes conforman la razón de ser del programa.

IV.II Resumen de Resultados

Los resultados del primer Barómetro de satisfacción del programa pueblos mágicos en Álamos Sonora, muestran un nivel bueno de satisfacción con los servicios ofrecidos por parte del programa a la sociedad, valorándose de manera especialmente destacada, aspectos como el FAOT (Festival Alfonso Ortiz Tirado) la actividad turística en general y el programa pueblos mágicos en algunos aspectos.

IV.III Metodología

Universo: Población de ambos sexos, y distintas edades que habitan en Álamos Sonora.

Tamaño de la muestra: se realizaron 40 entrevistas en toda la localidad, la selección de la muestra fue aleatoria y no proporcional.

Periodo de trabajo de campo: abarca el periodo de tiempo del día 9 al 15 de septiembre 2013.

IV.IV Resultados

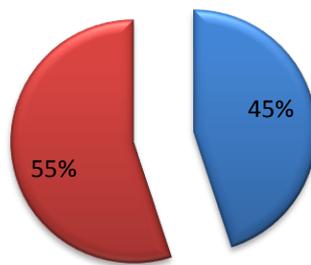
Evaluación de los Habitantes entrevistados en Álamos Sonora

En la muestra utilizada se encontró que un 55% de los entrevistados son hombres contando con un 45% de mujeres entrevistadas, la muestra nos indica que un 65% se encuentran ubicados en un rango de edad de entre los 21 a los 39 años, mientras un 20% se encuentran

entre los 40 y 60 años, el 15% restante de los entrevistados son menores a 20 años, la edad promedio de los entrevistados es de 32 años.

Grafica 1. Distribucion de la muestra por género

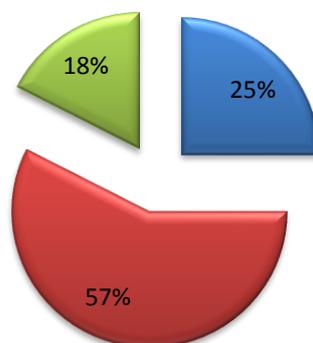
■ Mujeres ■ Hombres



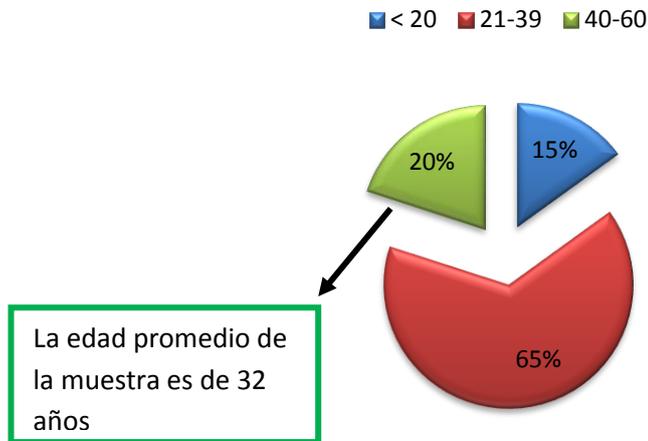
En cuanto a la escolaridad de los entrevistados se encontró que el 57% de la muestra tiene estudios de preparatoria, seguidos por un 25% que tienen estudios de secundaria y solo un 18% de la muestra cuenta con estudios de nivel superior.

Grafica 2. Escolaridad de la muestra

■ Secundaria ■ Preparatoria ■ superior

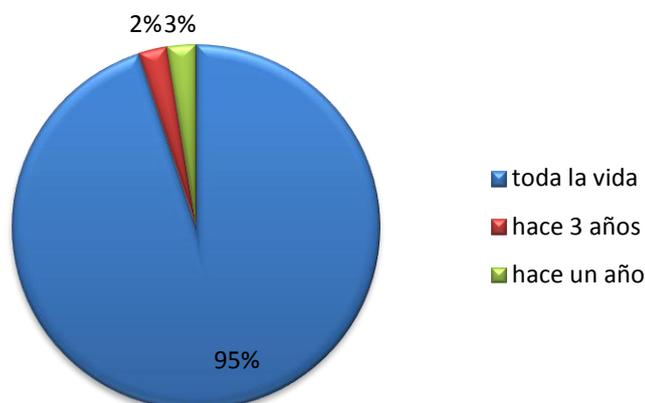


Grafica 3. Distribución de la muestra por edad



Del 55% de hombres entrevistados se encontró que la mayoría están en un rango de edad de entre 20 y 39 años. En cuanto a la escolaridad de los hombres entrevistados el 64% cuenta con nivel de preparatoria, mientras un 27% presentan un nivel de secundaria y solo un 9% tienen un nivel superior en educación. En cuanto al 45% restante del total de la muestra correspondiente a las mujeres donde un 50% están entre los 21 y 39 años. La escolaridad de las mujeres tiene un comportamiento similar al de los hombres siendo la preparatoria el nivel predominante entre las entrevistadas.

Grafica 4. Tiempo de Vivir en Alamos Sonora



En la entrevista también se observa que un 95% de los entrevistados ha vivido toda su vida en Álamos, Sonora, mientras que solo un 2 y 3% tienen tres y un año viviendo en la localidad respectivamente.

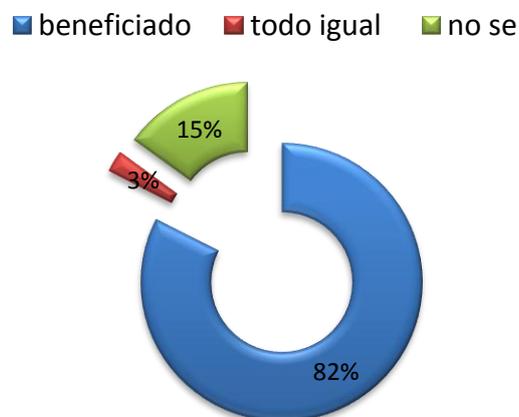
La muestra entrevistada fue elegida aleatoriamente, fueron entrevistados habitantes de Álamos, algunos de ellos empleados de hoteles, la mayoría de los entrevistados se encontraban en la plaza de Armas y en la central de abastos, asimismo se entrevistó a algunos empleados de la central de autobuses y algunos locatarios alojados en la misma plaza, ubicada cerca del centro histórico de la localidad, otra parte importante de recolección de datos fue la hecha en las periferias de la ciudad, se tomaron domicilios al azar para ser entrevistados; esta selección se hizo de forma aleatoria y en estas zonas de la localidad para poder obtener información de los habitantes locales de la Álamos, es decir, la intención de este estudio es conocer la percepción que los habitantes de la localidad tienen con respecto a la calidad en el servicio de un programa gubernamental, expresado en expectativas y beneficios materiales, trabajo e imagen que se tiene del gobierno, en este sentido los habitantes extranjeros residentes en Álamos tienen un nivel de vida mayor es decir, ellos son los empleadores no los empleados, en centros turísticos como restaurantes, hoteles, casas y

demás establecimientos del centro de la ciudad, estas características los hacen un sujeto de estudio distinto al de esta investigación, la cual busca obtener información de habitantes ordinarios de la localidad que trabajan y viven de su esfuerzo y las oportunidades que a ellos se les presentan, por ejemplo en sus ofertas de empleo, o las que el mismo gobierno les ofrece.

IV.V Evaluación del turismo en Álamos Sonora.

En Álamos el programa pueblos mágicos empezó a operar desde el año 2005, hoy en día cuenta con 8 años de operación en la localidad, y en gran parte de la información obtenida se percibe un alto grado de aceptación hacia la actividad turística, aun cuando los entrevistados no fueron los extranjeros dueños de las principales atracciones turísticas de la localidad, por lo tanto principales beneficiados con el turismo, los habitantes nativos de Álamos se muestran complacidos con la actividad turística, incluso la asumen como su principal motor de empleo y desarrollo local, afirman que el turismo en general ha existido en Álamos incluso desde antes que el programa pueblos mágicos empezara a operar en la localidad y ha sido desde hace muchos años atrás un sector de gran importancia en la localidad.

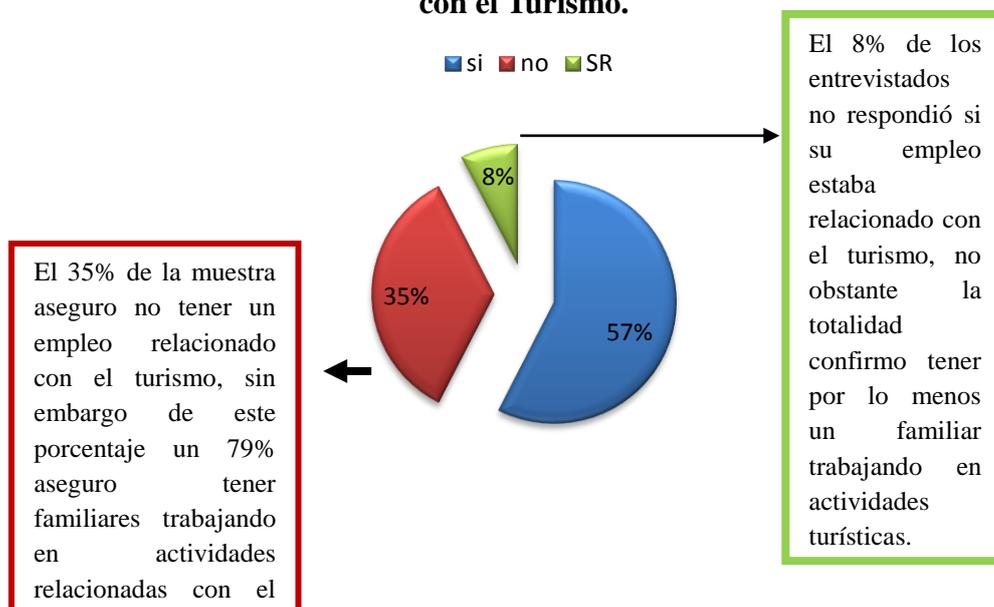
Grafica 5. El turismo ha beneficiado o perjudicado a Álamos



Los habitantes de Álamos ven y asumen la actividad turística como una oportunidad de crecimiento y mayores beneficios, mismos que se cristalizan en una oferta mayor de empleos, menos marginación y pobreza, mejoras en servicios públicos y en la ciudad donde habitan, en fin en una calidad de vida mejor. Es en este sentido donde se puede observar como la mayoría de las personas entrevistadas ven con beneplácito dicha actividad, debido a que un 82% de la muestra consideran dicha actividad como un beneficio para toda la población.

Al hablar de la oportunidad de trabajo que esta actividad representa para los habitantes de Álamos se encontró que el 57% de los entrevistados admite trabajar en actividades relacionadas al turismo (hoteles, restaurantes, taxis, venta de artesanías, cafeterías, puestos en plazas, central de autobuses etc.) esta respuesta solo reafirma la y pone en evidencia la aceptación que los habitantes de Álamos manifiestan hacia el turismo, y refuerza a la localidad como uno de los principales destinos turísticos del Estado, basando su crecimiento y economía y desarrollo principalmente en la explotación de este sector y los servicios derivados de él. Asimismo solo un 35% de la muestra respondió no contar con trabajos relacionados al turismo.

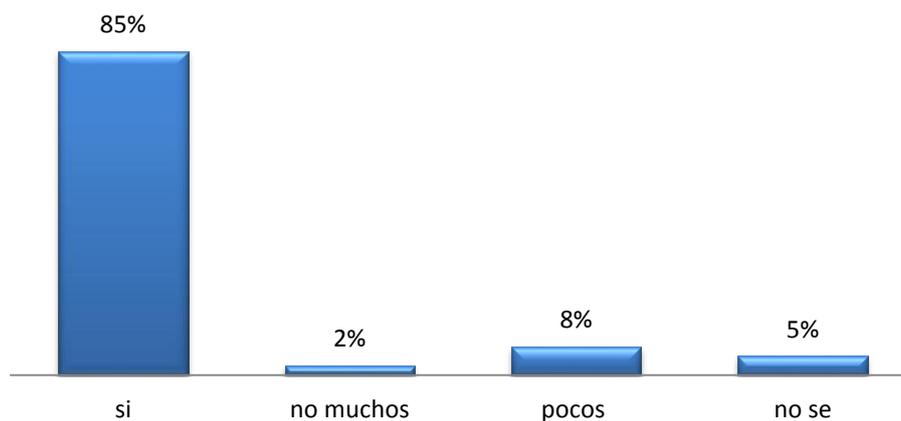
Grafica 6. Trabaja en alguna actividad relacionada con el Turismo.



No obstante del 35% que no cuentan con empleos ligados al turismo y el 8% restante no respondió, la mayoría asegura tener familiares que si están involucrados en empleos relacionados con actividades propias al turismo. Lo cual quiere decir que todos los entrevistados se ven afectados benéficamente por el turismo, es decir todos de forma directa o indirecta conocen a alguien que está involucrado con la actividad turística. Consolidando así a esta actividad como un tema fundamental en la economía y desarrollo de Álamos y de los locales.

Resulta muy significativo que la totalidad de la muestra entrevistada perciben en menor o mayor medida al turismo como una fuente fundamental de empleo, la mayoría de los entrevistados asumen la actividad turística como la mayor fuente de empleos en Álamos, percepción que se manifiesta en el 85% de la muestra asegurando que la actividad turística si otorga más empleo a la localidad. Solo el 8% de los entrevistados cree que los empleos que se derivan de la actividad turística son pocos.

Grafica 7. El turismo ha generado mas empleos en Álamos



Sin embargo dentro de las entrevistas realizadas no se conto con respuestas que manifestaran una participación nula del sector turismo en los empleos de la localidad, incluso las personas que se mostraron ajenas a la actividad turística no demeritaron la importancia de dicho sector

en los empleos de la localidad, es decir, a la actividad turística en poca o gran medida se le otorga importancia y reconocimiento como fuente de empleo en la localidad. Dicho reconocimiento resulta de gran importancia en este estudio debido a que la población de la localidad se asume y acepta como una localidad que tiene como motor principal al turismo.

IV.VI Ventajas y desventajas de que exista el turismo en Álamos

La ubicación geográfica de Álamos constituye una ventaja para el desarrollo del sector turismo, debido a su vecindad con Estados Unidos, principalmente con los estados de Arizona y California caracterizados por ser fuertes emisores de turistas, Álamos también se ha visto fortalecido con la construcción de infraestructura turística, principalmente en Puerto Peñasco y Guaymas, que son los principales centros turísticos de sol y playa en el estado y que complementan la atracción turística en el Estado y en Álamos.

El nivel de marginación es también un indicador de gran utilidad para conocer el impacto del turismo en las condiciones de vida de la población local. La CONAPO ha realizado una clasificación de los grados de marginación en: muy alto, alto, medio, bajo y muy bajo. Si observamos el nivel de marginación de los municipios de Sonora encontramos que en el año 1995 Álamos, tenía un grado de marginación considerado alto, y sólo fue superado por el municipio de Quiriego, sin embargo para el año 2010, Álamos ascendió a un nivel “medio”, lo cual indica un mejoramiento en las condiciones de vida la población. (CONAPO 2010).

La principal ventaja surgida a la hora de preguntar sobre el turismo en Álamos, fue la relativa al empleo. La población económicamente activa en Álamos creció en el sector de servicios del 18 % en el 2005 al 28% en el 2010 (INEGI 2010). La posibilidad de encontrar o ya contar con un empleo relacionado con el turismo es considerada primordial por los habitantes de la localidad.

El prestigio es otro elemento que destaca claramente como ventaja del turismo en Álamos, los entrevistados aseguraron que el reconocimiento hacia la localidad en la que viven es otra de las ventajas que el turismo genera a la localidad. El reconocimiento a su localidad hace sentir a los habitantes identificados y orgullosos de su población ciudad forma de vida y valores practicados; este prestigio y reconocimiento a la localidad es sin duda un beneficio no buscado por el turismo, se puede interpretar como el valor agregado obtenido por esta actividad.

Por lo que a las desventajas se refiere, los entrevistados hacen referencia al tema de los extranjeros o foráneos asentados en la localidad. Esta desventaja se presenta no solo en el choque cultural y de idiosincrasias entre locales y residentes sino también en la distribución de espacios y empleos, al asegurar que con la llegada de extranjeros residentes en la localidad el centro de la misma se vuelve inaccesible para los locales arrojándolos a vivir en las periferias de la localidad y los empleos son más competidos y de ser empleadores los habitantes locales pasan a ser empleados.

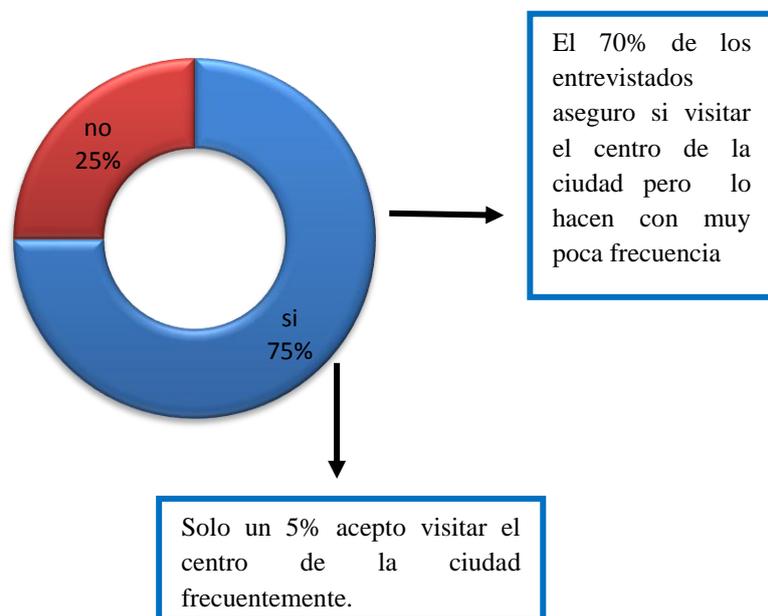
Tabla 1. ¿Desde su opinión, cuáles son las ventajas y desventajas de que exista turismo en Álamos?

Ventajas	
Empleo	
Mas trabajo	45%
hay más trabajo	12%
Prestigio	
ciudad bonita	15%
ciudad limpia	8%
ciudad colonial	5%
Desventajas	
Gente de fuera que trabaja aquí	
gente extraña	7%
el trabajo es para la gente de fuera	8%

Es importante destacar como solo un 15% de los entrevistados encontraron desventajas en el turismo. Es decir, esta porción de entrevistados ven con mucha claridad la dualidad que el turismo trae consigo, si bien ofrece oportunidades de empleos y beneficios a la localidad, por otra parte conlleva a la exclusión social de la población local, despojándolos del centro de la ciudad y zonas importantes, ubicándolo en zonas marginadas y en periferias. En cuanto al empleo es innegable que el turismo trae una mayor oferta, pero los puestos importantes son casi inaccesibles para los habitantes locales.

Al evaluar el acceso con el que cuentan los ciudadanos a los diferentes servicios turísticos que ahí se ofrecen se cuestiono a los ciudadanos de Álamos si frecuentaban los hoteles cafeterías tiendas en fin el centro de la ciudad, encontrando resultados muy representativos.

Grafica 8. Frecuenta el centro de la ciudad (hoteles, restaurantes, tiendas, cafeterias etc)

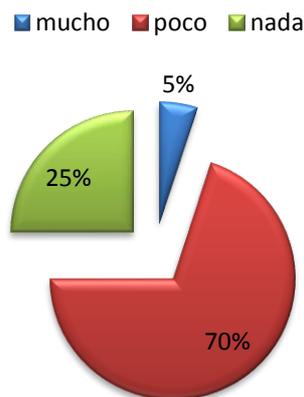


Un 75% de los entrevistados si ha frecuentado esta área de la ciudad. No obstante al preguntar la frecuencia con que lo hacen se encontró que el 70% de los que aceptaron visitar el centro lo hacen menos de 5 veces al mes contando entre estas visitas los eventos culturales

que se presentan en la localidad, es decir lo hacen muy poco y solo el 5% acepto visitar esos lugares de manera frecuente acudiendo de manera frecuente a las cafeterías y restaurantes de la localidad principalmente.

En contraparte el 25% de la muestra entrevistada acepto no visitar el centro histórico de la ciudad ni tampoco los restaurantes, hoteles, cafeterías etc., esta apatía se debe a la expulsión forzada o voluntaria que adoptan los habitantes de Álamos hacia las periferia o zonas no consideradas turísticas en la localidad ya que consideran al centro de la ciudad y sus establecimientos como sitios no aptos para su status económico.

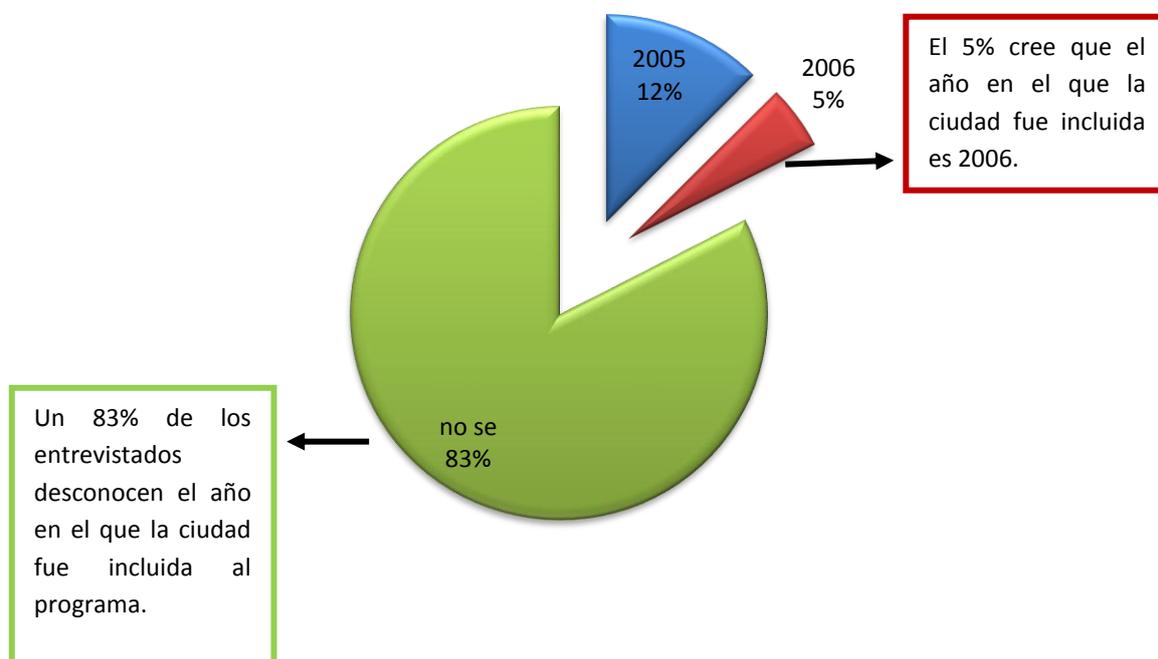
Grafica 9. Con que frecuencia visita el centro de la ciudad.



IV.VII Evaluación del programa pueblos Mágicos

De la misma forma que ocurre con la actividad turística, los habitantes de Álamos en su totalidad afirmaron conocer el programa federal “Pueblos Mágicos”. Sin embargo el programa es conocido solo en denominación, ignorando aspectos fundamentales e importantes del programa. Por ejemplo la mayoría de los entrevistados desconocen el año en el que la localidad fue incluida al programa pueblos mágicos. Solo un 12% de la muestra entrevistada reconoce 2005 como el año en el que la Álamos fue incluida al programa.

Grafica 10. Sabe desde que año fue incluido Álamos en el programa Pueblos Mágicos



Al preguntar un aspecto fundamental como lo es el año de incorporación de la localidad al programa pueblos mágicos se encontró con una desinformación total, a pesar de que en el sondeo inicial todos los entrevistados aseguraron conocer el programa, la mayoría desconoce el año de incorporación, cifra que deja al descubierto que los habitantes solo saben que el pueblo lleva esta distinción pero en su gran mayoría desconocen su funcionamiento y lineamientos.

Como se menciono anteriormente, cuando una localidad es incluida al programa pueblos mágicos es necesario que esta cuente con un comité Turístico Pueblo Mágico y/o algún organismo, Asociación Civil o Grupo Pro Pueblo Mágico, que los represente como la voz de la comunidad ante autoridades e instancias gubernamentales.

Es muy importante que este Comité Turístico nombre un representante gestor-enlace que sea conductor y voz de ideas, proyectos y prioridades en ambas vías de y ante la comunidad y ante autoridades de los tres niveles de Gobierno.

El Programa Pueblos Mágicos basa su estrategia en la participación comunitaria, su inclusión y permanencia, sus avances y logros serán resultado del nivel de trabajo que la propia comunidad realice. No obstante durante las entrevistas se observó que ninguno de los entrevistados tenía conocimiento de las personas que integran dicho comité, incluso desconocían la existencia del este.

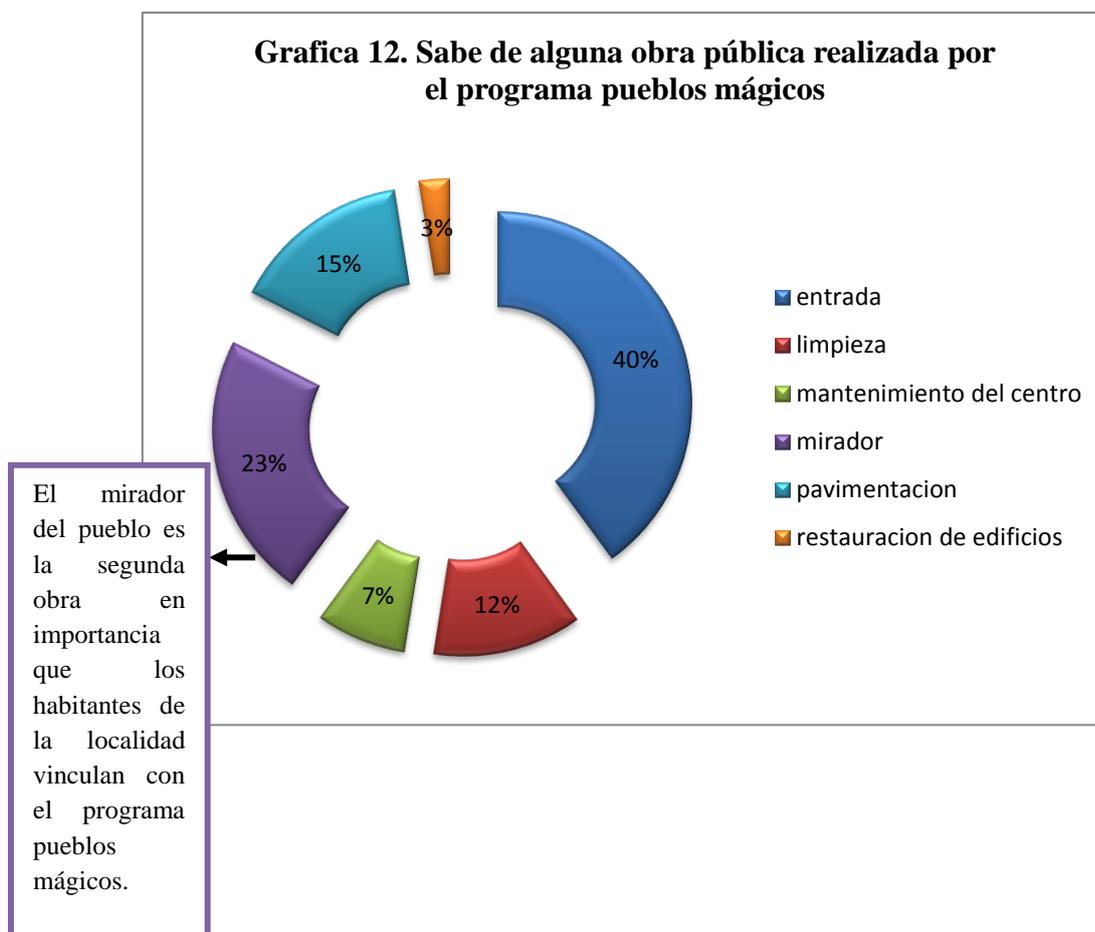
Grafica 11. Sabe de Alguna persona que integre el comite de Pueblos Magicos en Álamos



En aspectos como el año de incorporación al programa y el del comité pro pueblos mágicos se denota el mal funcionamiento del programa, debido a que dentro de sus reglas de operación se estipula de forma clara que la aceptación de la localidad y la existencia de este comité como gestor entre la sociedad y el programa son fundamentales para obtener resultados favorables para la localidad. Es en este sentido donde la falta de organización y difusión del correcto funcionamiento del programa se hacen evidentes.

Sin embargo en aspectos tangibles que el programa esta haciendo en la localidad se observo mayor conocimiento por parte de los entrevistados al cuestionarles por obras publicas realizadas por el programa pueblos mágicos, donde estas obras representan los beneficios y el sentimiento de orgullo e identificación con el pueblo mencionado anteriormente; estas obras se transforman en los resultados tangibles del programa mismos que son evaluados por los habitantes de la localidad.

Todos los entrevistados aceptaron conocer o saber de obras publicas hechas en la localidad a partir de su integración al programa. Siendo la más icónica la entrada a la localidad creada con un estilo colonial a base de arcos.



Otra obra relacionada al programa pueblos mágicos según la percepción de los habitantes de la localidad es el plan de pavimentación a calles de la ciudad con un 15% esta obra es un

asunto reciente en el gobierno de la localidad. Otro aspecto relacionado con el programa es el tiempo y trabajo que el gobierno destina a la limpieza de la comunidad y el mantenimiento de un centro histórico listo para recibir a los turistas, es decir limpio, y equipado con los productos y servicios necesarios para la afluencia turística.

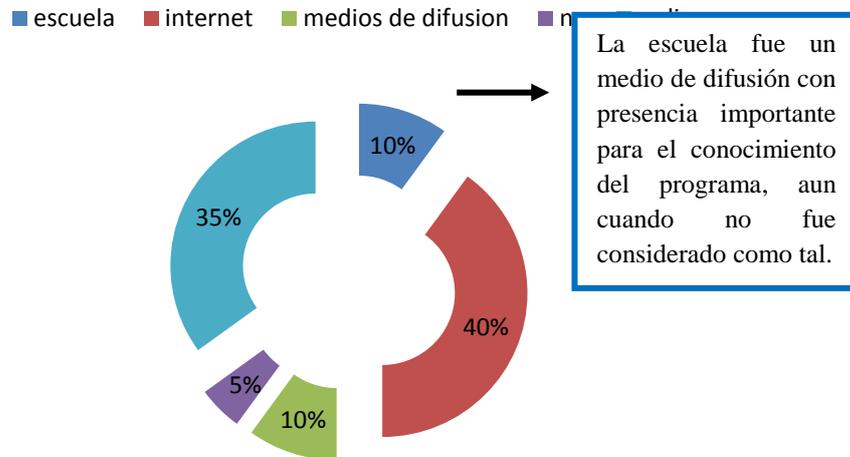
IV.VIII Evaluación de la imagen del programa pueblos mágicos.

El programa pueblos mágicos surge por parte de las instancias gubernamentales pero se debe contar con el conocimiento por parte de la localidad de los aspectos, objetivos y alcances del mismo para no ser distorsionados. Para lograr esto se debe contar con el apoyo y difusión en medios de comunicación.

Resulta significativo que el medio que mayor información otorga sobre el programa pueblos mágicos es el internet con un 40%, este medio, dicho por los habitantes es el más accesible para obtener información del programa; la radio es el segundo medio en importancia para la difusión del programa con un 35% misma que es mayormente utilizada en la promoción del festival Alfonso Ortiz Tirado y en algunos Spots del mismo gobierno de la localidad.

Un medio de difusión surgido sin buscarlo es el de la escuela, un 10% de la muestra reconoció que la primera información sobre el programa y su funcionamiento fue otorgada por instituciones educativas, medio no considerado, puede considerarse a la escuela como un beneficio no buscado en difusión del programa. Los medios menos utilizados y con menor penetración entre los habitantes fueron las pancartas, trípticos, volantes, en fin los medios impresos.

Grafica 13. Ha visto alguna pancarta, anuncio o mensaje por la radio que mencione el programa pueblos magicos



Asimismo es importante resaltar que el 5% es decir una parte importante de la muestra no ha encontrado información del programa en ningún tipo de medio de difusión. Haciendo evidente que el programa no cuenta con herramientas de promoción, publicidad y difusión adecuadas, es necesario cuestionar si los talleres de inducción realizados en la comunidad realmente están funcionando y si no lo están haciendo replantearse el uso de una estrategia de medios y difusión integral para penetrar en todos los sectores de la localidad.

IV.IX Evaluación de los resultados del programa Pueblos Mágicos en Álamos Sonora.

En el año 2005 el programa pueblos mágicos reconoció en Álamos, Sonora una forma de vida típicamente representativa de lo que México es, esta representación se puede observar en la sencillez y cotidianeidad con la que transcurre la vida en esta localidad, donde el tiempo parece estar suspendido, la belleza de su arquitectura colonial y la tranquilidad del lugar ofrece una experiencia cien porciento rural digna de ser vivida y reconocida.

Actualmente el programa pueblos mágicos cuenta con ocho años de operación en la localidad, un lapso de tiempo que permite ya una evaluación de la calidad en el servicio que

esta política pública ha traído a la localidad, dicha calidad se ve reflejada en los beneficios obtenidos. La mejor forma de conocer la percepción que los habitantes de Álamos tienen sobre el desempeño del programa pueblos mágicos fue cuestionándoles acerca de los beneficios que dicho programa les generaba obteniendo los siguientes resultados:

Un 72% de la muestra creen que el programa sí ha beneficiado a la localidad, este beneficio percibido se refleja en una afluencia turística mayor, desde su incorporación al programa la afluencia turística ha aumentado en la localidad, el mantenimiento de la ciudad es otro beneficio percibido, desde la incorporación de la localidad al programa se cuenta con una ciudad más limpia, se ha invertido en obras públicas para la localidad como la entrada al pueblo o la restauración del mirador de la ciudad, actualmente se está trabajando en la pavimentación de las zonas que no cuentan con este servicio, pero sin duda alguna, el mayor beneficio percibido por los habitantes de la ciudad es la mayor oportunidad de empleos que se ha presentado desde que el programa entró en operación en la ciudad, permitiéndoles conseguir empleos en su localidad sin necesidad de trasladarse a otras. Sin embargo aun cuando la mayoría de los entrevistados creen que el programa sí ha beneficiado a la localidad existe un 18% que se muestra apático hacia el programa aceptando que si bien se han percibido beneficios desde la incorporación del programa a la localidad, estos beneficios han sido pocos, argumentando que la localidad desde antes de la incorporación del programa ya contaba con la visita de turistas, y que los empleos ofrecidos no son suficientes además de ser poco atractivos, es decir, a partir del programa y con la introducción de los establecimientos de los extranjeros la oportunidad de mantener sus propios comercios es prácticamente nula, pasando de ser dueños de establecimientos a ser empleados.

Es muy relevante observar como los habitantes de Álamos perciben en mayor o menor medida beneficios desde que la localidad se incorporó al programa pero del total de la

muestra no se presentaron respuestas que claramente identificaran al programa como poco benéfico o sin sentido, en general el programa es percibido como favorable para la localidad.

Grafica 14. El programa pueblos magicos ha favorecido a Álamos



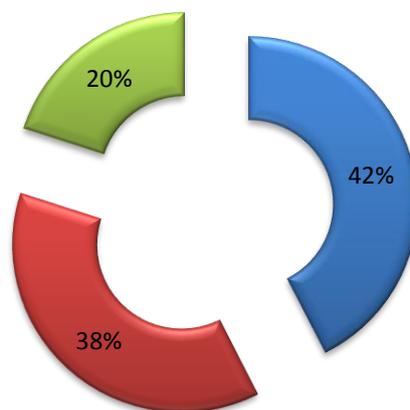
Siendo el programa pueblos mágicos percibido por los habitantes de la localidad como favorable y portador de beneficios, es entonces pertinente saber quien o quienes han sido beneficiados por el programa pueblos Mágicos, es decir, quienes han tenido realmente resultados claros por parte del programa permitiéndoles tener mejores oportunidades. Al cuestionarles esto a los entrevistados se obtuvo que:

El sector más beneficiado según las respuestas de los entrevistados por el programa pueblos mágicos en Álamos es el del Gobierno con un 42%, los entrevistados aseguraban que el gobierno al ser el gestor de los recursos financieros de este programa es el mayor beneficiado, con esta respuesta se hace de nuevo muy evidente la falta de información del funcionamiento del programa puesto que se desconoce por completo la existencia del comité pro pueblos mágicos gestor importante que trabaja en conjunto con el Gobierno para el buen

funcionamiento del programa; el segundo sector en importancia que se beneficia del programa es el de la sociedad en general con un 38%, este sector beneficiado como ya se ha mencionado anteriormente basan sus percepción en mayor empleo y una mejor calidad de vida a partir de la incorporación de la localidad al programa, un punto importante a resaltar es la relación un tanto proporcional entre los beneficios que recibe el gobierno y los recibidos por la sociedad, esta relación resalta como el programa si se percibe favorable por la sociedad, aun cuando se trata de un programa gubernamental que puede prestarse a desconfianza y apatía por parte de la sociedad, sin embargo no es así la sociedad se asume como una parte beneficiada del programa.

Grafica 15. Quienes cree que se han beneficiado del programa pueblos mágicos

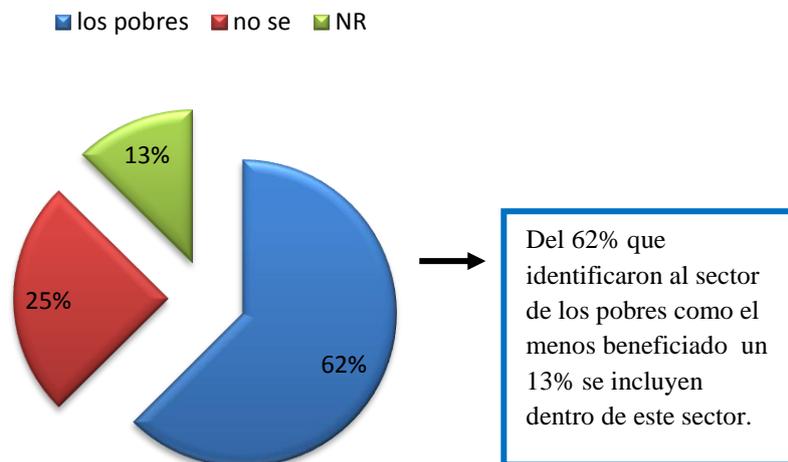
■ gobierno ■ sociedad ■ no se



Una vez identificados los sectores beneficiados por el programa es pertinente también conocer que sectores no han obtenido beneficios obteniendo como resultado que el sector más vulnerable en recibir los beneficios del programa pueblos mágicos en Álamos es el de los pobres, es decir, las personas que habitan en las periferias de la localidad en condiciones poco favorecedoras. Del 62% que identificaron al sector de los pobres como el menos

beneficiado un 13% se incluyen dentro de este sector, argumentado que el programa lejos de beneficiarlos los arroja a las periferias de la ciudad donde las condiciones de vida son muy distintas a las del centro de la ciudad, haciendo alusión a la falta de servicios como la pavimentación de calles, y las condiciones de marginación, además de convertir al centro de la ciudad en un lugar inaccesible en tanto en lo económico como en lo social, este sector no se siente parte de ese centro histórico que es prácticamente de extranjeros “el verdadero pueblo esta acá” argumentaba un entrevistado.

Grafica 16. Quienes no han sido beneficiados con el programa pueblos mágicos



El 25% de los entrevistados no identificó un sector específico de la sociedad que no aproveche los beneficios del programa en la localidad; mientras el 13% restante simplemente no dio respuesta alguna.

Parte de los requisitos para que una localidad sea considerada para formar parte del programa pueblos mágicos es la participación de la sociedad, de la cual ya se ha hecho un análisis previo.

Otro requisito importante es que la localidad cuente con fiestas y tradiciones, como parte del patrimonio cultural inmaterial, cabe resaltar la importancia de las festividades locales, como elementos culturales que sustentan la vida de la comunidad.

La festividad más importante de Álamos es el FAOT (Festival Alfonso Ortiz Tirado) y al igual que la actividad turística y el programa pueblos mágicos, los habitantes valoran de forma positiva de hecho muy positiva la realización de dicho festival.

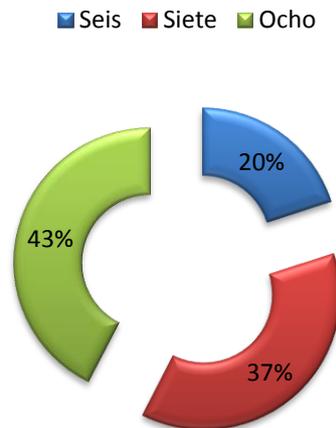
IV.X Evaluación de la satisfacción de los habitantes de Álamos hacia el programa pueblos mágicos.

Acerca del funcionamiento del programa pueblos mágicos y lo satisfactorio que ha sido para la localidad se encontró que:

El 43% de los entrevistados le otorgan al programa una calificación de ocho calificación bastante alta y satisfactoria misma que representa una vez mas la aceptación de la localidad en la incorporación y operación del programa, un 37% le otorgo una calificación de siete y el 20% restante lo califico con 6; es muy importante ver como ninguno de los entrevistados le otorgo calificación menor a 6 al programa. La calificación media obtenida del programa es de 7.2 lo cual nos muestra que el programa si bien no cuenta con un reconocimiento pleno por parte de la sociedad, tampoco obtiene el rechazo de la misma; esta calificación nos muestra que el programa aun tiene mucho en que trabajar.

Cabe mencionar que el proceso para medir la satisfacción de este programa se dio en una escala del 1 al 10 siendo el 1 (muy insatisfecho) y el 10 (muy satisfecho)

Grafica 17 Cual es su satisfaccion con el funcionamiento del programa Pueblos Magicos Escala de 1 (muy insatisfecho) a 10 (muy satisfecho)



IV.XI Modelo Calidad de servicio Pueblos mágicos en Álamos Sonora

De acuerdo con el modelo de Calidad del servicio, propuesto para analizar el programa Pueblos Mágicos se utilizó el enfoque de **empresa** (Gobierno gestor del programa pueblos mágicos en Álamos Sonora) **clientes** (ciudadanos de Álamos, Sonora) **servicio** (servicios ofrecido programa pueblos mágicos).

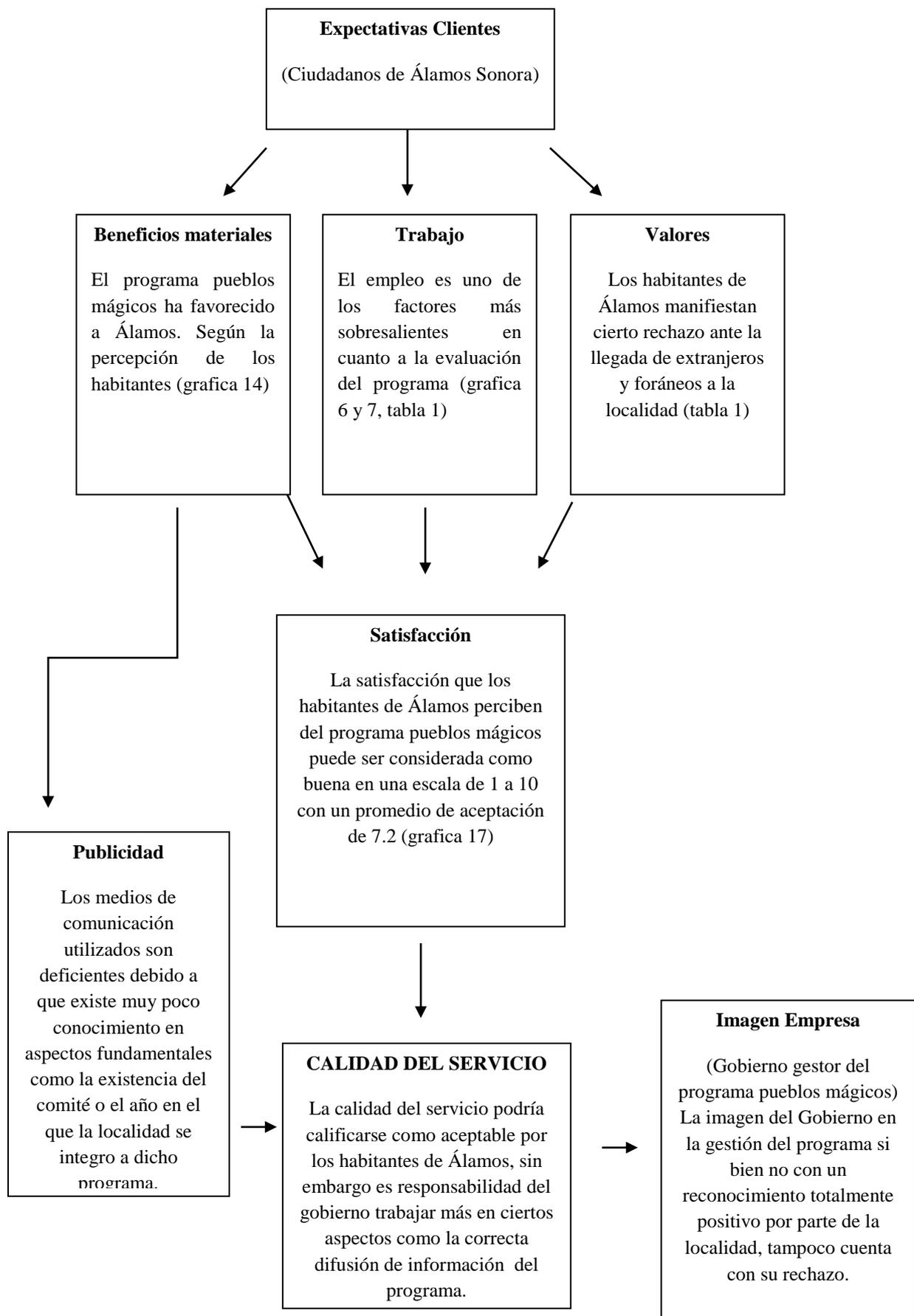
Los resultados del barómetro de satisfacción del programa pueblos mágicos en Álamos Sonora, son utilizados para ser analizados por este modelo, mismo que nos da una perspectiva de las expectativas de los clientes (ciudadanos de Álamos) en los siguientes aspectos: beneficios materiales, trabajo, valores e imagen.

La calidad del programa pueblos mágicos ofrecida por el Gobierno a los ciudadanos de Álamos es calificada como aceptable.

En la percepción de los habitantes de Álamos, el programa brinda mayor oportunidad de encontrar un empleo, a partir de la incorporación de Álamos en 2005 al programa pueblos mágicos los habitantes perciben una mayor oferta de empleos, y con estos empleos un sentido mayor de seguridad en aspectos como vivienda, servicios, beneficios materiales etc., también desde su incorporación al programa la localidad cuenta con mayor afluencia turística, aun cuando Álamos era un centro turístico desde antes de obtener el nombramiento de pueblo mágico es innegable que dicho nombramiento ha otorgado un interés mayor en turistas ya no solo extranjeros sino también nacionales para visitarlo.

Han mejorado también las condiciones en la ciudad, como la limpieza, las mejoras en servicios públicos como la pavimentación, y sin duda las obras públicas realizadas en el pueblo estas son quizás el beneficio de mayor reconocimiento entre los habitantes de Álamos por ser tangibles y estar a la vista de todos, como lo es la entrada al pueblo o la restauración del mirador de la ciudad punto focal y de mayor gusto entre los turistas.

No obstante a esto es muy poco lo que los ciudadanos están involucrados e informados acerca de aspectos fundamentales del programa y sus alcances, los ciudadanos es poco lo que conocen del programa y su funcionamiento, por ejemplo ignoran la existencia del comité pro pueblos mágicos, ignoran también los requisitos y lineamientos del programa, incluso la mayoría ignoran el año en que el pueblo obtuvo la denominación de pueblo mágico, la difusión y promoción del programa es deficiente este es un punto en donde la organización del programa tiene que trabajar.



V. Conclusiones.

El primer barómetro de satisfacción del programa pueblos mágicos en Álamos Sonora, nos permite determinar la imagen del programa, asimismo establecer una evaluación, misma que hacen los ciudadanos de Álamos y así identificar las fortalezas y puntos a mejorar con base en sus opiniones y expectativas respecto a los distintos parámetros utilizados.

Las conclusiones más significativas son:

El 82% de los entrevistados considera la actividad turística como un beneficio para la localidad, siendo el aspecto de mayor importancia el empleo, este aspecto fue altamente valorado por los habitantes de Álamos, reconociendo que la incorporación de la localidad al programa pueblos mágicos trajo consigo una oferta mayor de empleos. Otros aspectos valorados y encontrados como ventajas del turismo son la limpieza de la ciudad y los cuidados con la misma. También las obras públicas hechas en la localidad, satisfaciendo a los habitantes; un aspecto que no se tomó en cuenta y resultó un beneficio no buscado por el programa en la localidad es el prestigio; es decir, el sentido de pertenencia y orgullo por la ciudad, las tradiciones arquitectura y gastronomía se manifestó fuertemente a partir de la incorporación de la localidad al programa pueblos mágicos.

Si bien este beneficio no buscado, es importante y relevante también es cierto que debe cuidarse, tratando de incluir a todos los sectores de la localidad.

Aun cuando los entrevistados encuentran ventajas a la actividad turística y la aceptan como una forma de vida, no dejan de reconocer que dicha actividad también trae consigo desventajas como la llegada permanente de extranjeros a la ciudad y con esta llegada la oportunidad de empleo disminuye según su percepción. Otro aspecto que surge como una desventaja es la poca o nula relación que tienen los entrevistados con el centro histórico de la

ciudad el cual al ser totalmente turístico y comercial se vuelve casi inaccesible en cuanto a diversión y esparcimiento para la localidad.

La ciudad experimenta actualmente una dualidad por una parte esta el centro histórico donde todas las casas y hoteles pertenecen a extranjeros, mientras que en las periferias se asientan los habitantes en condiciones de pobreza e incluso marginación; es importante replantear el uso de espacios entre los habitantes de la localidad, se debe contar con un trabajo en conjunto con todas las estancias para lograr una apropiación de la localidad por parte de los habitantes.

En cuanto al programa pueblos mágicos los entrevistados aseguraron conocer el programa, sin embargo mostraron cierta apatía al hablar de él, la mayoría de los entrevistados no saben datos generales e importantes del programa, desconocen el año en el que la localidad se incorporó al programa, desconocen también aspectos como la existencia del comité pueblos mágicos y las personas que lo integran. El 72% de los entrevistados consideran al programa como favorable para la localidad; pero es evidente que existe un problema en el programa de medios para promocionar y dar a conocer los objetivos y funciones a la localidad; este es quizá uno de los puntos en los que se tiene que trabajar más.

En cuanto a los beneficiados por el programa los entrevistados aseguran que es el gobierno el mayor beneficiado; este puede ser un punto por el cual el programa cuenta con la apatía de la localidad por ser un programa de gobierno, sin realmente guiarse por los resultados que el programa da a la localidad.

En cuanto a lo satisfechos que están los habitantes de Álamos con el programa pueblos mágicos a ocho años de su incorporación la respuesta es que es un programa aceptable en el cual hay muchos aspectos como la imagen, información e involucramiento de la comunidad y transparencia que necesitan ser tomados en cuenta, reestructurados y trabajados.

VI. Recomendaciones.

Con base en los resultados del barómetro de satisfacción de calidad del programa pueblos Mágicos se ha llegado a las siguientes recomendaciones:

- Trabajar en estrategias de promoción y publicidad más amplias, las cuales permitan un conocimiento a fondo del programa, beneficios y oportunidades que este pueda brindar a la localidad.
- Realizar un portal de transparencia por parte de las autoridades municipales para mantener informada a la localidad sobre las acciones que dicha política está llevando a cabo.
- Involucrar más a los habitantes de Álamos en las actividades referentes al programa de tal forma que se integren a él y a los beneficios que este trae a la localidad.

VI. Bibliografía

Banco de México. REPORTE DE FLUJOS TURÍSTICOS A MÉXICO - REPORTE ANUAL

Carlos Colunga. La calidad en el servicio.

Carlos Salazar Vargas. Agenda. Políticas públicas Primera parte.

Chris Denove y James D. 2006. Power, Satisfaction: 2 de Febrero 2006 Editorial: Portfolio
Nº Páginas: 272 ISBN: 1591841097

COESPO Consejo Estatal de Población. 2010. Indicadores demográficos y socioeconómicos de Álamos 2010.

Gestión Pública (GLIGP), con el apoyo del proyecto I+D+I del MEC SEJ2006-00961.

Gregg G. Van Ryzin, Eloísa del Pino. (2009) Como escuchar como aprender y como responder: las encuestas ciudadanas como una herramienta para la reinversión del gobierno.
Pp 1-27

Gregg G. Van Ryzin, Eloísa del Pino. (2009) Como escuchar como aprender y como responder: las encuestas ciudadanas como una herramienta para la reinversión del gobierno.
Pp 1-27

Guerrero Orozco Omar. Del Estado gerencial al Estado cívico,

Helene Balslev Clausen, Mario Alberto Velázquez García La posición social y espacial en una ciudad turística. Las luchas simbólicas de Álamos, Sonora PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 8, núm. 1, 2010, pp. 47-59, Universidad de La Laguna España.

Helene Balslev Clausen. 2007. juntos pero no revueltos. Un estudio de caso sobre los inmigrantes norteamericanos en un pueblo mexicano. Transnacionalismo y asimilación. AMERIKANSKE STUDIER, COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL, 2007.

<http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM26sonora/municipios/26003a.html>

http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Pueblos_Magicos

J. Emilio Graglia. (2012). En la búsqueda del bien común. Manual de políticas públicas. 1ª edición. Buenos Aires Argentina.

LEY GENERAL DE TURISMO. TEXTO VIGENTE Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 17 de junio de 2009

María Díaz Barría – Roberto Mora Manríquez: “Diagnóstico de la implementación de políticas públicas para la tercera edad en Chile”. 2011.

Mario Alberto Velázquez García, Helene Balslev Clausen. 2012. la sociología del turismo. Desafíos teóricos y metodológicos Topofilia Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora Vol. III Número 1, Septiembre del 2012.

Mario Enrique Uribe Macías. (2003) Caracterización de los sistemas de gestión de la calidad de empresas de Ibagué. Helene Balslev Clausen, Mario Alberto Velázquez García Desarrollo turístico en comunidades norteamericanas en México: el caso de álamos, sonora Diálogos Latinoamericanos, núm. 17, 2010, pp. 23-46, Aarhus Universitet Dinamarca

Mauricio Olivarria Gambi Ph.D. (2007). Conceptos básicos en el análisis de Políticas Públicas. Documentos de trabajo No 11, diciembre 2007

Miguel Ángel Vázquez. Ures pueblo Mágico REVISTA ASÍ - Información de Fondo. Tendencias Página. 10.

Organización internacional de normalización ISO, norma técnica colombiana NTC, ISO 9000, Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario. Bogotá: ICONOTEC, 2000.

Reglas de Operación Pueblos Mágicos.

Ruiz Sánchez Carlos. Manual para la elaboración de políticas publicas.

Servando Rojo Quintero, María Elizabeth Castañeda Corral. 2012. Turismo y desarrollo: Caso Álamos, Sonora. Topofilia Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora Volumen III, Número 1, septiembre de 2012

William N. Dunn: Public Policy Analysis: An Introduction: (1994)

Xavier Bertrana. Tamyko Ysa. LOS RETOS DE LA EVALUACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS: ENTRE LA PARTICIPACIÓN Y LA RESPONSABILIDAD. Este trabajo se ha desarrollado en el marco del Grupo de Investigación en Liderazgo e Innovación