

CARACTERÍSTICAS SOCIO-ESPACIALES DE LOS VIAJES DE FAMILIARES Y AMIGOS A CANCÚN, MÉXICO

Área temática: Turismo y Patrimonio

Autores: Claudia Inés Martínez, Pricila Sosa Ferreira, Pedro Moncada Jiménez, Myrna Beltrán Pérez, Francisco Domínguez Estrada y Valeria Sibel Álvarez Sánchez

Institución: Universidad del Caribe, México

Contacto: cmartinez@ucaribe.edu.mx

Resumen

Las Visitas a Familiares y Amigos (VFA) son una de las motivaciones de viaje más importantes del turismo mundial que conlleva repercusiones significativas en la economía local de los destinos. A pesar de la existencia de algunos estudios en los años noventa que crearon conciencia de este segmento, fue hasta fines de la primera década del siglo XXI en que los estudios sobre VFA comenzaron a tener mayor presencia en las revistas de divulgación científica. Sin embargo; la falta de definición clara, la dificultad de recopilar información, el desinterés de los empresarios y organizaciones de promoción del destino favorecen para que el segmento permanezca en gran medida ignorado e invisible en el análisis de la dinámica turística.

Esta investigación aborda el tema de las Visitas de Familiares y Amigos (VFA) en Cancún, destino caracterizado por una proporción importante de población inmigrante que permite suponer que la motivación de los viajes por concepto de visita de familiares y amigos es relevante para el destino; lo cual podría representar un impacto económico significativo al realizar consumo turístico en actividades de esparcimiento, así como social ya que permite la recuperación de las relaciones familiares y de amistades que se pierde al emigrar de los lugares de origen.

En este contexto, el presente trabajo tiene por objetivo revelar los impactos económicos y sociales de las Visitas a Familiares y Amigos (VFA) en Cancún, para establecer su importancia en la dinámica turística local. Las estrategias metodológicas aplicadas en la investigación han sido la búsqueda y análisis de antecedentes bibliográficos de estudios de VFA con énfasis en aspectos teóricos y metodológicos, la recopilación de estadísticas, la aplicación de un cuestionario a residentes de Cancún mediante un muestreo probabilístico de tipo estratificado según densidad de viviendas por súpermanzana.

Esta investigación permite, conocer el perfil socioeconómico de los receptores de VFA, las motivaciones de viaje de estos visitantes en Cancún, las actividades turísticas realizadas y lugares concurridos por las VFA, además de dimensionar y cuantificar el gasto turístico generado por los visitantes y los residentes del destino durante su estadía. Asimismo, permite visibilizar los espacios emisores de los flujos turísticos de VFA, las dinámicas internas en el destino y su área de influencia de los visitantes y los residentes cuyos patrones difieren notoriamente de los desplazamientos turísticos convencionales. Lo anterior implica una información valiosa para el sector gubernamental y de la industria turística con el fin de aumentar la competitividad del destino.

Palabras Clave: Turismo, Visita a Familiares y Amigos, Cancún, Impactos del Turismo

Introducción

El fenómeno turístico ha probado ser muy dinámico, tanto en su expansión como en su evolución. Esto exige un seguimiento de sus condiciones y características, así como de los factores que lo influyen, si se desea no solamente comprenderlo, sino también incidir para magnificar los impactos positivos que genera y evitar los negativos. Esta investigación aborda el tema de las Visitas de Familiares y Amigos (VFA), que es cuantificado, analizado y valorado en otros países, pero no ha sido atendido en México en general y especialmente en Cancún. Por consiguiente, este estudio tiene por objetivo revelar los impactos económicos y sociales de las Visitas a Familiares y Amigos (VFA) en Cancún, para establecer su importancia en la dinámica turística local y poder visualizar los centros emisores de estos flujos turísticos y los patrones de desplazamiento en el destino y en su área de influencia. Asimismo, la investigación pretende dar respuesta a interrogantes como: ¿cuáles son las razones principales que motivan los viajes de VFA, en particular cuando se trata de visitar destinos turísticos de sol y playa, reconocidos nacional e internacionalmente? ¿Qué motivador tiene un mayor peso el deseo de viajar al destino turístico o la visita a familiares y amigos?

Posiciones teóricas-conceptuales de las visitas a familiares y amigos

El desarrollo de estudios e investigaciones sobre la temática de los viajes de Visitas a Familiares y Amigos (VFA) se ha visto condicionado por creencias profundamente arraigadas que le han asignado al fenómeno un carácter “invisible” u “olvidado”, que por años fue un segmento subestimado e incluso ignorado (Morrison, Hsieh y O’Leary, 1995; McKercher, 1996; Seaton y Palmer, 1997; Baker, 2007 y 2012).

Del análisis de los antecedentes bibliográficos se distinguen como causante de la marginación de los estudios de VFA a las cuatro razones principales siguientes:

a. *Carencia de una definición clara y aceptada*, dado que puede considerarse tanto a aquellos viajes cuyo propósito principal es la VFA, como aquellos que la VFA es manifestada sólo como una actividad más de un viaje de vacaciones (Hu y Morrison, 2008) y también los casos que se aloja con familiares y amigos pero su propósito no se relaciona con la VFA. Esta situación pone en manifiesto diferencias significativas que permite distinguir a su interior segmentos de mercado (Morrison, Hsieh y O’Leary, 1995) o establecer una tipología según su propósito de visita combinado con tipo de alojamiento utilizado (Backer, 2009 y 2012). Pérez y García (2005) abordan otra variante de los viajes VFA: el turismo paisano, al que definen como aquellos visitantes motivados principalmente por lazos de pertenencia familiar y/o comunitaria.

b. *Dificultad de ser registrado y clasificado por las estadísticas oficiales*, debido a que las cifras oficiales no contabilizan todas las categorías de VFA e incluso, en muchos casos, son calificados como turistas en general que realizan viajes por placer o vacaciones, contribuyendo a la desviación de las estadísticas turísticas de los destinos (Wöber, 2000 y Backer, 2009). Esta dificultad permite suponer que si las estadísticas oficiales indican que las VFA es una motivación importante dentro de los viajes turísticos, las cifras reales son todavía más significativas.

c. *Bajo impacto económico positivo de las VFA en las comunidades receptoras*, al ser percibidos como poco consumidores, bajo la creencia errónea que no requieren servicios turísticos con alojamiento, alimentos y bebidas, ni realizan actividades turísticas o su consumo es insignificante. Esta concepción, prevalecida entre los profesionales de mercadotecnia, planificadores y gestores de la industria turística (Morrison, Hsieh y O’Leary, 1995), se mantiene incluso en la actualidad en muchos destinos.

d. *Ocurre “naturalmente” sin la necesidad de promoverlo*, (Shani y Uriely, 2012) y no es susceptible a la influencia de los esfuerzos mercadotecnia y/o no requiere ninguna atención de especial que no pueda usarse con las estrategias de mercado turístico convencional (Boakye, 2008).

A pesar de la histórica desatención, el interés por los viajes de VFA fue creciendo en los años '90 a partir del reconocimiento que era un segmento en expansión en todo el mundo a partir de grandes transformaciones sociales, económicas y políticas que promovieron un creciente movilidad humana global; además en algunos destinos era ya la principal fuente de turistas y porque podía ser económicamente ser más significativo entre algunos subgrupos étnicos y emigrantes (Seaton y Palmer, 1997)

A pesar de la existencia de algunos estudios en los años noventa que crearon conciencia de este segmento, como el artículo de Jackson (1990) parteaguas en la bibliografía de VFA que significó un importante esfuerzo por comprender esta motivación y demostrar el importante ingreso de los viajes de VFA en Australia (Morrison, Hsieh y O'Leary, 1995; Baker, 2012); fue hasta fines de la primera década del siglo XXI en que los estudios sobre VFA comenzaron a tener mayor presencia en las revistas de divulgación científica y entre los referentes de esta temática se destaca Elisa Backer quien ha desarrollado una tipología de VFA y modelos sobre VFA, uno sobre propósito de visitas y otro del Sistema turístico (Backer 2008, 2009 y 2012). De esta autora se toma la definición de Visita a Familiares y Amigos (VFA) como aquella “forma de viaje que implica una visita en la que por el propósito del viaje o el tipo de alojamiento, por uno o ambos, se visita a los amigos y / o familiares” (Backer, 2003: 4; 2007: 369 en Backer, 2009: 59), a la que se adhiere esta investigación.

Del análisis de los estudios internacionales de los últimos años se reconocieron características socio-demográficas, económicas y patrones espaciales entre los espacios emisores, flujos turísticos y dinámicas al interior del destino receptor que resultan de utilidad para el presente estudio.

1. *VFA y gasto turístico*: en estudios recientes de un caso en Noruega se constató que la duración del viajes tiene un efecto positivo en el gasto total, dado que cada noche adicional de viaje implica un incremento de 6.8% en el gasto turístico por persona y, a su vez comprobó que el tamaño del grupo no afecta el gasto turístico por persona, que el transporte en avión gasta 70% más que en auto y que la gente mayor gasta más que la gente joven y que en los viajes de VFA a grandes ciudades, el gasto es igual o mayor que en las ciudades medianas (Thrane y Farstad, 2011). Por último, en el caso Noruega el estudio reveló que las VFA gastan menos que otros segmentos (turismo de segunda residencia gasta 15% más), en coincidencia con un estudio francés, que menciona un gasto considerablemente menor que otros grupos de viaje, y por debajo del promedio (Lee et al 2005: 345). Caso contrario a lo encontrado en el destino de la Costa del Sol Australiana donde los viajes VFA no eran, en términos de gasto, menos importante que los viajes de no VFA, de hecho, en la mayoría de las categorías de gastos los viajes de los primeros fue superior al de los segundos (Backer, 2009: 217). El menor gasto, o la ausencia total, en alojamiento en VFA, es un punto que puede explicar en mucho esa diferencia en el monto total del gasto de VFA versus otros segmentos de turismo.
2. *VFA en destinos con población migrante*: los viajes de VFA son una expresión relacionada entre el turismo y la migración, como forma de compensar la pérdida del vínculo cara a cara y promover cierta conectividad con amigos y familiares (Urry, 2002). Varios autores sugieren que el volumen y flujo de viajes de VFA están estrechamente relacionados con la historia de la inmigración del país o región. Jackson (1990) encontró que el volumen del turismo total por VFA, tanto de entrada como de salida, se asoció con el tamaño de los diferentes grupos de inmigrantes de Australia (Hu y Morrison, 2008). Es importante distinguir que esta perspectiva temática puede estudiar a la población inmigrante como receptora y/o emisora de VFA. A saber, un estudio en Australia, donde la inmigración ha mantenido un ritmo de crecimiento

constante, mostró que un incremento del 10% en la migración, generó un crecimiento de arribos de turistas de VFA de entre 3 y 6% en el periodo estudiado (Dwyer et al, 2014). En el otro enfoque, una investigación realizada en Shanghai comparó la propensión de la población migrante a realizar viajes de VFA según el tiempo de residencia en el destino, observando que cuanto más tiempo de inmigrado, la conexión con familiares y amigos se va haciendo más débil, hasta llegar a tener comportamiento igual que un residente nativo al superar los 10 años de residencia (Chen, Li y Dong, 2013). En el caso de España, Pérez y García (2005) abordan el caso de Extremadura, donde analizan una subcategoría de los viajes VFA: el turismo paisano, que tiene una media de estancia de 15 días, en contraposición al turismo rural, cuya estancia media no es muy alta. Los núcleos principales de donde llegan estos flujos turísticos son los núcleos destinos de la emigración en los años 60's y 70's (Madrid, Cataluña y país Vasco).

3. *VFA en destinos turísticos de importancia nacional e internacional.* El vivir en un destino turístico de importancia regularmente conlleva la VFA por cortos o largos periodos de tiempo. Este fenómeno parece tener una influencia momentánea en los residentes locales, de manera positiva y negativa. El tener una visita incluye mucho estrés y trabajo pero también tiene una parte placentera de poder servir de guía para que ellos puedan disfrutar del destino (Larsen, Urry y Axhausen, 2007 y Uriely y Shani, 2011). También existen casos que los VFA pueden ser atraídos por lo interesante del destino y no necesariamente por sus anfitriones. Estos elementos pueden influir en la visita en sí, en la frecuencia de visita y la duración de la estancia (Backer, 2008).
4. *VFA y residentes-anfitriones.* El tema ampliamente desarrollado Uriely y Shani (2011) trata de una relación con ventajas y desventajas para ambos actores. Por un lado, el residente es una fuente de información muy valiosa y confiable para el visitante en cuanto al destino, los atractivos y los servicios en el centro turístico visitado. No obstante, al tener VFA en el hogar puede cambiar ciertos hábitos y rutinas que el residente posee, lo cual no siempre es bueno, siendo una limitante en el comportamiento cotidiano y genera falta de privacidad; pero también promueve la convivencia y unión familiar viviendo todos bajo un mismo techo. En cuanto a los impactos económicos, también pueden ser positivos o negativos, sea porque el gasto del residente es mayor con VFA por acompañar al invitado a restaurantes, centros comerciales, así como a las atractivos que existen en el destino. Pero en otros casos, los familiares y amigos buscan la forma de compensar el dinero gastado por el residente-anfitrión. Respecto a esta última temática, es evidente su escasez de antecedentes investigativos en correspondencia con el poco acervo de investigaciones enfocadas a los impactos sociales y culturales del turismo.

Si en el ámbito académico los estudios sobre VFA fueron subestimados por muchos años, la inclusión de este tipo de viajes en las estadísticas del sector turístico ha sido todavía más reciente. Apenas hace por más de una década fue incorporada a las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y, a pesar de que la propia OMT supone que podría abarcar el 27% de los viajes de turismo, aún hoy no recibe seguimiento en muchos países (Dwyer et al, 2014).

En 1998, la OMT estimó que el 20% del turismo internacional fue motivado por VFA, salud y propósitos religiosos (Hu, Bo y Morrison, Alastair, 2008). Los viajes internacionales han seguido en crecimiento, incluso en años pasados la OMT conmemoró superar la barrera del millardo y en 2013 los viajes por vacaciones, esparcimiento u otras formas de ocio representaron el 52% de las llegadas de turistas internacionales (568 millones de turistas). Alrededor del 27% (295 millones de turistas) manifestaron hacerlo por otros motivos como: *visitas a amigos y parientes*, razones religiosas o peregrinaciones, tratamientos de salud, etc. Mientras que el 14% de los turistas internacionales indicaron que viajaban por negocios o motivos profesionales y el 7% restante no especificó los motivos de sus visitas (OMT, 2014:4). En este contexto, la comparación evidencia que además de crecer la cantidad de movimientos turísticos internacionales, en lo últimos quince años también aumentó en un 7% los viajes por VFA.

En México, al igual que en otros países, las VFA son una práctica recurrente. En 2006, el 28% de la demanda turística nacional que viajó dentro del país estuvo motivada por la VFA (CESTUR, 2006); al analizar los destinos de playa, las VFA resultó la segunda motivación (21%) para los turistas nacionales, detrás de descanso y vacaciones (CESTUR, 2011). Estas cifras toman mayor relevancia cuando se reconoce la participación del consumo del Turismo Interno en la economía (79%) frente al 13% del Receptivo y 8% del Egresivo (SECTUR, 2011). Para el caso de Cancún, en 2010, el 13% de la demanda nacional y el 7% de la internacional, mencionaron como motivo principal de viaje a Cancún, la VFA (CESTUR, 2010).

El turismo y el desarrollo de Cancún

Cancún es el destino turístico de playa de México mejor conocido tanto al interior como en el plano internacional (Macías, 2012). Junto con la Riviera Maya integra la mayor oferta de hospedaje y de servicios turísticos del país y recibe al mayor número de turistas; su aeropuerto es el segundo en México por sus vuelos internacionales y es el principal receptor de inversiones en turismo (SEDETUR, 2013). Al revisar estos datos resulta sorprendente recordar que en 1974 se iniciaba el desarrollo de un proyecto, Centro Integralmente Planeado, partiendo prácticamente de cero infraestructura de comunicaciones y servicios y con una escasa población de dos mil setecientos habitantes en todo el Municipio Benito Juárez, que representaba poco más del 3% de la de Quintana Roo. Actualmente Cancún tiene una oferta de 30,700 cuartos hoteleros y recibe a más de cuatro millones de turistas al año generando una ocupación del 77%. Los turistas nacionales son el 35% de los recibidos por Cancún (AHC, 2013).

Cancún fue proyectado y planeado como destino de sol y playa para competir con el resto del Gran Caribe y ciertamente logró estar por encima de las cifras de oferta y demanda de los otros destinos de esta región (AHC, 2013 y OMT, 2014). La administración pública mexicana, bajo un modelo interventor y principalmente a través de FONATUR, planeó, gestionó, invirtió, construyó, financió y administró lo necesario para que el proyecto arrancara y afianzara su crecimiento. No obstante, a mediados de los ochenta las políticas neoliberales desplazaron a las anteriores y Cancún continuó con un crecimiento desordenado y con atención insuficiente al desarrollo urbano y hacia la población en crecimiento (Sosa, A. y Jiménez, A, 2012). Desde su inicio, la dinámica económica impulsó una fuerte inmigración hacia Cancún y generó el mayor crecimiento poblacional del país por décadas, hasta que fue desplazado de ese lugar por Playa del Carmen al final del siglo XX.

La población de Cancún se incrementó diez veces de 1970 a 1980 con el inicio del proyecto. Durante la década de los ochenta creció cinco veces, lo que implicó un crecimiento anual promedio de más del 17%. Durante la siguiente década, de 1990 al 2000 el crecimiento fue del 12% anual y en la primera década del nuevo milenio fue de más del 5%. Actualmente la tasa de crecimiento se ha reducido a 3.5% (INEGI, 2010). La tasa de natalidad en Cancún es de menos del 2%, por lo que resulta claro que el fuerte incremento de la población, aún en las últimas décadas deriva fundamentalmente de la inmigración. Esta dinámica demográfica se corresponde con el alto porcentaje de población residente de Cancún que no nació en el estado de Quintana Roo (65%), mayor a la media de la entidad que se ubica en 54% (*Ibidem*). Estas cifras confirman que se trata de una población inmigrante, de nacionales e incluso extranjeros, por tanto puede encontrarse separada del círculo familiar extendido, de amistades y redes de colaboración que promuevan una mayor dinámica de visitas de familiares y amigos.

Algunos estudios ya han señalado la relación entre migración y el incremento de viajes turísticos de VFA (Hu y Morrison, 2008; Dwyer et al, 2014). En el caso de Cancún, siendo un destino turístico importante en el país, puede esperarse esta relación en las dos vertientes que se señalan para este tema: como motivación del viaje, es decir, el objetivo del mismo es visitar a los familiares y amigos que han emigrado; o también se ubica como VFA debido a que es en las viviendas de los mismos donde se hospedan durante el viaje. Los principales estados de origen de la población de Cancún, en orden de importancia, son: Yucatán, Chiapas, Tabasco, Distrito Federal

y Veracruz. Algunos de los cuales coinciden como espacios emisores de flujos turísticos nacionales, al ubicarse en las primeras seis posiciones: Distrito Federal, México, Nuevo León, Quintana Roo, Jalisco y Yucatán (AHC; 2013)

Consideraciones metodológicas de la investigación

El estudio posee un carácter eminentemente exploratorio trabajado desde una aproximación de análisis mixto. El instrumento de recolección de datos utilizado fue una entrevista semi-estructurada aplicada a los residentes de Cancún mediante un muestreo estratificado, según densidad de vivienda por SúperManzana (SM) -Colonia o Barrio- a partir del último Censo de Población y Vivienda (INEGI, 2010)

La revisión de antecedentes precedente permitió profundizar la temática, estructurar el instrumento de recolección de datos y seleccionar las variables de análisis (Tabla 2). Éstas se enfocaron en cuatro temas: perfil del residente y grupo familiar, perfil de los visitantes, comportamiento de viajes y consumo turístico y, por último, sobre los impactos socioeconómicos.

Tabla 1. Información requerida para estructurar la encuesta

Tema de análisis	Variables a indagar
Perfil del residente y grupo familiar	Súpermanzana de residencia - Edad – Ocupación – Escolaridad – Tiempo de residencia en Cancún - Lugar de origen - Composición y tamaño de grupo familiar- Ingreso familiar en salarios mínimos – Actividades recreativas que realiza cotidianamente - Número de visitas de familiares y amigos en último año - Temporadas de alojamiento
Perfil de los visitantes	Composición y tamaño del grupo visitante- Tipo de relación - Lugar de procedencia –
Comportamiento del viaje y consumos turístico	Motivo de viaje - Estadía en casa de familiares y amigos – Medio de transporte – Actividades turísticas realizadas (en conjunto e independiente)– Lugares visitados – Gasto promedio por rubros (de visitantes y de residentes)
Impactos socioeconómicos (a través de escala)	Tópicos de los enunciados: integración social , beneficios económicos y beneficios sociales

Fuente: elaboración propia.

Con el instrumento de recolección de datos diseñado, se definió el tipo y tamaño de la muestra, la que resultó probabilística para una población infinita de viviendas (N: 215,158). Los parámetros fueron fijados con un nivel de confianza de 90% y un error aceptado de 5%, lo que resultó un tamaño muestral de 271 entrevistas semiestructuradas. Dado el área de estudio se consideró pertinente realizar el muestreo de tipo estratificado, según densidad de vivienda por SM.

Los estratos se definieron estimando las frecuencias relativas del total de vivienda por intervalo para determinar las proporciones de cada uno de ellos y así calcular el número de entrevistas semiestructuradas a aplicar en cada estrato (Tabla 2). La aplicación de encuestas se realizó entre el 10 de noviembre de 2014 al 20 de enero de 2015.

Tabla 2. Densidad de viviendas por súpermanzanas.

Intervalos			Cant. de SM	Cant. de vivienda	Frec. Relativa	%	n=271
0	<	500	54	10026	0.0466	4.66	13
500	<	1,000	60	43192	0.2007	20.07	54
1,000	<	1,500	21	25995	0.1208	12.08	33
1,500	<	2,000	18	30084	0.1398	13.98	38
2,000	<	2,500	10	21815	0.1014	10.14	27
2,500	<	3,000	5	14224	0.0661	6.61	18
3,000	<	8,000	17	69822	0.3245	32.45	88
				21,5158			

Fuente: elaboración propia.

Perfil socio-económico y características socio-espaciales de los viajes de VFA en Cancún.

Los resultados muestran una población con una alta inmigración: apenas un 12% de nacidos en Quintana Roo. Llama la atención, mientras tanto un 35% con más de veinte años de residencia en Cancún, así como un 15% con 5 a 10 años de residencia y un 8% con menos de cinco años. Es notoria entonces la disminución gradual de la inmigración, lo que es congruente con los datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Tabla 3. Características socio-demográficas de los visitantes y anfitriones de VFA en Cancún.

Residentes – Anfitriones	% (n)	Visitantes	% (n)
Tiempo de residencia en Cancún		Motivo principal de viaje	
Nací en Cancún	12% (33)	Descanso/vacaciones/placer	49% (133)
Menos de 5 años	8% (22)	Visita familiares y amigos	43% (117)
De 5 a 10	15% (42)	N/R	2% (8)
De 11 a 15	11% (32)	Salud	1.8% (5)
De 16 a 20	16% (45)	Negocios/trabajo	1.4% (4)
De 21 a 25	21% (58)	Trámites personales	0.7% (2)
De 26 a 30	6% (17)	Estudios/educación	0.3% (1)
Más de 30	8% (22)	Otros	0.3% (1)
Lugar de nacimiento		Lugar de procedencia	
México	23.62% (64)	México	25.83% (70)
Yucatán	18.82% (51)	Yucatán	21.77% (59)
Quintana Roo	14.02% (38)	Veracruz	7.38% (20)
Chiapas	6.27% (17)	Quintana Roo	6.64% (18)
Veracruz	6.27% (17)	Tabasco	6.27% (17)
Tabasco	5.54% (15)	Chiapas	4.80% (13)
Campeche	4.06% (11)	Guadalajara	3.32% (9)
Guerrero	3.69% (10)	Guerrero	2.58% (7)
Puebla	2.5% (7)	Campeche	2.58% (7)
Otros estados	5.5% (8)	Puebla	2.58% (7)
Otros países	2.5% (7)	N/R	2.58% (7)
N/R	7.01% (19)	Otros estados	8.8% (24)
		Otros países	4.7% (13)

Ocupación		Composición del grupo de los visitantes	
Empleado sector privado	25% (68)	Familiares	81% (220)
Empleado sector público	21% (57)	Amigos	26 % (71)
Negocio propio	17% (48)	Otros	1.8% (5)
Estudiante institución pública	13% (36)	N/R	1.8% (5)
Otros	13% (36)		
Profesional independiente	7% (19)		
Estudiante institución privada	1.4% (4)		
Jubilado	1.1% (3)		
Cantidad de veces que hospedó a FyA		Estadía en vivienda de FyA	
1 vez al año	34.32% (93)	< de 3 días	32.47% (88)
2 veces	29.15% (79)	de 4 a 7 días	41.33% (112)
3 veces	15.13% (41)	> de 7 días	21.77 % (59)
4 veces	9.96 % (27)	N/R	4.43 % (12)
más de 5 veces al año	10.70% (29)		
N/R	0.74 % (2)		

N/R: no respondió

Fuente: elaboración propia.

La mitad de la muestra indica que el motivo de su viaje es el descanso/vacaciones/placer, por encima del margen de error (5%), sobre la siguiente opción, y por lo tanto para este porcentaje de turistas, la VFA puede ubicarse como modalidad de hospedaje. No obstante, un alto porcentaje (43%) señala como motivación la VFA, confirmando su gran importancia a pesar de ser un poco menor a la de descanso (Tabla 3). Las demás opciones de motivación (negocios, salud, trámites, etc.) recibieron porcentajes de respuesta poco significativas.

El origen de la población residente (receptora de VFA) sitúa en primer lugar a quienes proceden de la zona metropolitana de la Ciudad de México (24%) en segundo lugar a procedentes de Yucatán (19%), y en tercero Quintana Roo (14%), es decir, son porcentajes separados apenas por cinco puntos porcentuales. Le siguen en importancia Chiapas (6%), Veracruz (6%) y Tabasco (6%). La comparación de estos datos con el lugar de procedencia de los familiares y amigos visitantes muestra una clara correspondencia con los dos primeros casos, puesto que en primer lugar está la zona metropolitana de Ciudad de México (25%) y Yucatán (22%). En el caso de Quintana Roo, es explicable la diferencia en tanto los distintos lugares del Estado se constituyen también en receptores de VFA, incluso para los residentes de Cancún. Veracruz, Tabasco y Chiapas también guardan una correspondencia aproximada con los porcentajes de lugar de procedencia de los receptores de VFA.

En el tema de ocupación de los residentes -anfitriones, cerca de la mitad (46%) respondió ser empleado, tanto del sector público como del privado. El siguiente porcentaje en importancia es de quienes tiene un negocio propio con 17%; por lo que puede señalar un predominio de empleados y propietarios de negocio propio. Luego el porcentaje en importancia corresponde a los estudiantes de instituciones públicas con 13% (Tabla 3).

Los datos referidos a las características de la visita arrojan información interesante: el 81% de las visitas correspondieron a familiares, mientras que el 26% a amigos. La cantidad de veces de VFA recibidas en el año se divide en porcentajes muy cercanos en una ocasión (34%), dos ocasiones (29%) y tres a cuatro ocasiones (25%), Es decir, cerca de la cada tercera parte de la muestra recibió una, dos, o tres a cuatro visitas; y un 11% recibió cinco visitas o más, lo que en conjunto señala no solamente la presencia importante de esta modalidad, sino una frecuencia relevante de las mismas. Igualmente importante es el resultado de la duración de la visita con una tercera parte (32%) para menos de tres días, un alto porcentaje (41%) de visitas reportadas de entre cuatro y siete días y un 22% para visitas de más de una semana. De esta forma, considerando las respuestas sobre el número de visitas y los días de duración de la estadía, puede señalarse que esta

práctica tiene un peso significativo en la vida, en este caso de la muestra, y podría suponerse que esto es aplicable para la comunidad en general.

Tabla 4. Lugares visitados en el área de influencia de Cancún.

Lugares visitados por FyA en Cancún	Total de menciones	%
Playa del Carmen	153	22.1
Isla Mujeres	146	21.1
Tulum	99	14.3
Puerto Morelos	83	12.0
Chichen Itzá	45	6.5
Isla Blanca	37	5.3
Valladolid	31	4.4
Ruta de los cenotes	26	3.7
Otro (Por favor especifique)	25	3.6
Akumal	18	2.6
Cobá	16	2.3
Comunidades Mayas	11	1.5

Fuente: elaboración propia.

La información sobre los lugares visitados, sitúa en primero y segundo lugar a Playa del Carmen e Isla Mujeres que constituyen lugares muy cercanos y accesibles, así como Puerto Morelos que está en cuarto lugar. Tulum, que para los turistas que se hospedan en hoteles se encuentra en los primeros sitios, se ubica aquí en tercer lugar y en quinto otro sitio arqueológico con gran afluencia, Chichén Itzá, lo que está mostrando que no hay gran diferencia de quienes realizan VFA con otros turistas aunque se prioriza los lugares más cercanos y accesibles (Tabla 4).

Tabla 5. Actividades realizadas en el destino por familiares y amigos.

Actividades realizadas por FA en Cancún	Total de menciones	%
Ir a la playa	127	18.8
Visitar plazas comerciales	97	14.3
Visitar parques acuáticos/temáticos	86	12.7
Ir a restaurantes/bares/discotecas	81	11.9
Visitar amigos y familiares	80	11.8
Realizar excursiones a lugares cercanos	61	9.0
Visita a parques y espacios públicos	59	8.7
Ir al cine/teatro	51	7.5
Practicar deportes	27	3.9
Otros	8	1.18

Fuente: elaboración propia.

Esto también puede ser señalado para el tema de actividades, donde la playa es claramente el sitio favorito seguido de plazas comerciales y en tercer lugar los parques acuáticos; es decir de forma muy similar a las actividades de otros turistas y por ello con un gasto similar, lo que viene a reforzar el que la motivación principal sea descanso/vacaciones/placer, por encima de la VFA. Esto se refuerza con los datos de las actividades que le siguen en importancia, como restaurantes y excursiones (12% y 9% respectivamente). Las visitas a familiares y amigos en el destino también reportan una cifra importante (12%) correspondiendo al quinto lugar en la lista de actividades, lo que se relaciona con la motivación del viaje de VFA (42%) que se comentó líneas arriba (Tabla 3). Con estos datos es posible señalar que existe una coincidencia general de las actividades realizadas

y lugares visitados por los VFA, con el comportamiento de los turistas hospedados en hoteles, aunque con una incidencia mayor relativa de visita a los lugares más cercanos.

Tabla 6. Percepción de los impactos de los viajes de VFA por parte del residente–anfitrión.

Aspecto	TD	MD	ND/NA	MA	TA	Total
Cuando recibo VFA gasto mucho porque los acompaño en paseos y actividades.	8.8 %	11.1%	24.9%	29.5 %	25.7%	100%
Me gusta recibir visitas de FA que viven en otras entidades y convivir con ellos.	8.4%	2.7%	8.8%	11.9%	68.2%	100%
Vivir en un destino turístico tiene como inconveniente de recibir VFA con frecuencia.	30.8%	12.5%	20.2%	11%	25.5%	100%
Aunque estoy lejos de mis FA, les gusta visitarme gracias a que estoy en Cancún.	8.4%	6.1%	16.8%	18.7%	50%	100%

TD: Totalmente en Desacuerdo; MD; Medianamente en Desacuerdo; ND/NA: Ni de Acuerdo ni en Desacuerdo; MA MD; Medianamente de acuerdo y TA: Totalmente de acuerdo.

Fuente: elaboración propia.

Las respuestas en los anteriores temas pueden apoyar la valoración sobre el impacto económico y social de las VFA (Tabla 6). Por un lado, más de la mitad de las respuestas muestran acuerdo o total acuerdo con la expresión sobre el gasto que realizan con motivo de estas VFA. Sorprende, sin embargo un 25% que corresponde a las respuestas neutrales que se debe probablemente a tomar distancia de una connotación negativa sobre las propias VFA. Esto se relaciona con el 70% de respuestas de total acuerdo con la expresión “Me gusta recibir visitas de familiares y amigos que viven en otras ciudades y convivir con ellos”. Este porcentaje se convierte en 80% si se suman acuerdo y total acuerdo, por lo que no hay duda de la valoración positiva de esta práctica por parte de quienes reciben VFA. Esto se relaciona también con el 44% de respuestas de desacuerdo (total desacuerdo y desacuerdo) sobre la idea del “...inconveniente de recibir VFA” como resultado de vivir en un destino turístico, que no obstante recibió también 36% de respuestas de acuerdo y total acuerdo. Sin embargo, si se cambia el sentido de la pregunta señalando que a pesar de la lejanía, recibe VFA gracias a estar en Cancún, la respuesta es del todo clara: un 69% con respuestas de acuerdo y total acuerdo, dejando un 15% a las respuestas de desacuerdo y total desacuerdo. Con esto, puede afirmarse que la percepción expresada por la muestra es de una valoración positiva hacia las VFA. También se confirma que la cualidad de vivir en un lugar turístico incide de forma importante para las visitas de familiares y amigos. El patrón temporal es de considerarse, como un elemento disruptivo de la sana convivencia y evidentes buenas relaciones necesarias para un viaje VFA, dado que los tiempos de ocio y trabajo son muy divergentes entre una ciudad monoprodutora (centrada en el turismo), y otras ciudades o localidades con otro perfil de actividades económicas. Es decir, cuando otros descansan (probablemente muchos de los familiares y amigos fuera de la ciudad), en turismo es cuando más se trabaja (probablemente muchos de los anfitriones).

Conclusión

En la discusión de los resultados debe de considerarse la profunda relación estructural que guarda el fenómeno migratorio hacia Cancún, una ciudad relativamente nueva, con los flujos de viajes de VFA. Evidenciada al mostrarse la identidad casi plena entre el lugar de origen de anfitriones y visitantes. La relación entre ambos fenómenos hace que al estudiar sus relaciones y patrones espaciales puedan explicarse uno al otro. Ello, abre una línea de investigación a profundizar.

En el caso de Cancún, de acuerdo a los resultados de la presente investigación, a pesar de que la principal motivación de viaje para el segmento VFA es Descanso/Vacaciones/Placer, por

encima de la Visita de Familiares y Amigos, aunque la diferencia es estadísticamente significativa, no se puede hablar de una motivación preponderante (ninguna supera el 50%); más bien se puede evidenciar un fenómeno poco documentado: la doble motivación turística.

Normalmente un viaje tiene un motivo de viaje central, que es el que da pie a la categorización del viaje, sin menoscabo de que otras motivaciones menores, apoyen en la decisión o las características del viaje. La evidencia empírica encontrada, en el caso de Cancún, para el segmento de turismo de VFA, la principal motivación es dual tanto por Descanso/Vacaciones/Placer como por la Visita de Familiares y Amigos, y muy por encima de las otras motivaciones. Es decir tanto los viajes de VFA puros, como los denominaría Backer (2009), aquellos que su principal motivación es visitar a familiares y amigos y deciden alojarse con ellos, como los que se clasifican VFA por usar el alojamiento con familiares y amigos, aunque acudan por otra motivación a la localidad, son igualmente importantes para una proporción mayoritaria de los turistas del segmento VFA. No se puede concluir sobre la preponderancia en la motivación de viaje, dado que tanto la relación con las personas, como el destino turístico muestran resultados muy cercanos al margen de error. Lo que sí se puede considerar es que para un centro turístico con alto posicionamiento, el destino muestra un resultado muy por encima, como elemento motivador, que el documentado en otros estudios, donde la visita a los familiares y amigos era sin duda la motivación principal de viajes. Los resultados en los aspectos de movilidad y actividades realizadas refuerzan esta percepción de la gran influencia del destino turístico como elemento motivador del viaje de VFA. Conocer estos resultados en otros destinos de las mismas características, puede ser una promisorio línea de investigación.

Las VFyA en Cancún son importantes por su presencia extendida e intensa, de acuerdo a los resultados de la aplicación de la encuesta.

Las VFyA tiene un peso significativo para la recuperación de los vínculos familiares y de amigos, en una comunidad con una alta inmigración histórica, lo que representa un impacto social relevante. Desde el punto de vista social constituyen una oportunidad para que la comunidad local se sume al desarrollo de actividades turísticas.

Las VFyA son valoradas positivamente por la comunidad, que en general no se siente afectada por el costo económico que le implica. Las visitas realizan actividades turísticas diversas generando una derrama y la población local se suma ellas realizando también un gasto.

Ante ello, el segmento de viajes VFA, aparece como subaprovechado por la industria turística extra hotelera, dada su dimensión y características, y una buena oportunidad para crear estrategias específicas en el futuro, algunas enfocadas a gestionar el doble rol de los residentes de Cancún, como consumidores de servicios turísticos extra-hoteleros, y como un canal privilegiado para la comunicación directa con el segmento de VFA.

Los resultados de la parte cualitativa de la investigación muestran a nivel exploratorio que el elemento temporal genera cierta tensión entre anfitriones y visitantes, evidenciado en la divergencia y dispersión en las valoraciones sobre aspectos cualitativos de la visita de familiares y amigos. Por lo tanto esa disociación entre los tiempos de trabajo para los anfitriones y los tiempos de ocio para los visitantes en un elemento temporal, nada desdeñable, para profundizar en la investigación.

Además de la importancia que las visitas de familiares y amigos puede tener para una comunidad con alta tasa de inmigración, en el caso de Cancún cabe señalar otros aspectos que pueden incrementar su relevancia: el déficit de áreas públicas, áreas verdes y de recreación en la ciudad que limita las posibilidades de esparcimiento; así como el turismo como la principal actividad y fuente de empleo que implica horarios de trabajo, días de descanso y vacaciones diferentes a las convencionales (especialmente las escolares). Ante esto, las posibilidades que brindan las VFA no son solamente la convivencia y compañía sino también la motivación para planear actividades de recreación con los mismos familiares y amigos quienes, estando de descanso, pueden adaptarse a sus agendas para algunas de esas actividades.

Referencias

- Asociación de Hoteles de Cancún. (2013). *Barómetro Turístico*. Cancún: AHC.
- Backer, E. (S/F). *Relationship of VFR Travellers with Tourism Industries*. Recuperado de: <http://www.lincoln.ac.nz/PagesFiles/7235/Backer.pdf>
- Backer, E. (2008). VFR Travellers-Visiting the destination or visiting the host? *Asian Journal of Tourism and Hospitality Research*, 2: 60-70.
- Backer, E. (2009). *VFR Travel: An assessment of VFR versus non-VFR travellers*. Southern Cross University: Lismore, NSW.
- Boakye A. (2008). Participants Characteristics and Economic Benefits of Visiting Friends and Relatives (VFR) Tourism-an International Survey of the Literature with Implications for Ghana. *International Journal of Tourism Research*, 10: 609-621.
- Centro de Estudios Superiores de Turismo. (2006). *Perfil y grado de satisfacción de los turistas en México. Cuarto Trimestre*. México:CESTUR, Secretaría de Turismo.
- Centro de Estudios Superiores de Turismo. (2011). *Perfil y grado de satisfacción de los turistas en los destinos de playa*. México:CESTUR, Secretaría de Turismo.
- Centro de Estudios Superiores de Turismo. (2010). *Perfil y grado de satisfacción de los turistas en Cancún*. México: CESTUR, Secretaría de Turismo.
- Chen, Y., Wu B., Li, L. & Dong, Z. (2013). Study on Visiting Friends and relatives travel behaviour of immigrants in Shanghai. *Procedia- Social and behavioural Sciences*, 96: 522-527.
- Dwyer, L., Seetaram, N., Forsyth, P. & King, B. (2014). Is the migration-tourist relationship only about VRF?. *Annals of Tourism Research*, 46:130-143.
- Hu, B. & Morrison, A. (2008). Tripography: Can destination use patterns enhance understanding of the VFR market? *Journal of Vacation Marketing*, 8: 201-220.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2010). *Censo General de Población y Vivienda 2010*. Aguascalientes: INEGI.
- Jackson, R. (1990). VFR tourism: Is it underestimated? citado por Morrison, Hsieh y O'Leary (1995) en *The Journal of Tourism Studies*, 6, (1).
- Larsen, J., Urry, J. & Axhausen, K. (2007). Networks and tourism: mobile social life. *Annals of Tourism Research*. 34, (1):244-262.
- Macías, C. (2009). *Cancún: Los avatares de una marca turística global*. UQROO- Bonilla- Artigas Editores: México.
- McKercher, B. (1996). Host involvement in VFR Travel. *Annals of Tourism Research*, 23(3).
- Morrison A., Hsieh S. y O'Leary J. (1995). Segmenting the Visiting Friends and Relatives Market By Holiday Activity Participation. *The Journal of Tourism Studies*, 6, (1): 48-63
- Organización Mundial del Turismo. (2014). *Panorama del Turismo Internacional*. Madrid: OMT.
- Pérez J. & García Y. (2005). Turismo Rural en Extremadura. El caso del turismo "paisano". *Estudios Agrícolas y Pesqueros*, 206, 2005: 87-109.
- Secretaría de Turismo. (2011). *Encuesta del Gasto en Turismo en Hogares*. México: SECTUR.
- Seaton, A. & Palmer, C. (1997). Understanding VFR tourism behaviour: The first five years of the United Kingdom tourism survey. *Tourism Management*, 18 (6).

- Sosa, A. & Jiménez, A. (2012). La política turística en Cancún como destino turístico maduro ¿renovar o replicar? En Vera, F. & Rodríguez I. *Renovación y restructuración de destinos turísticos en áreas costeras*. Universidad de Valencia: Valencia.
- Thrane, C. & Farstad E. (2011). Domestic Tourism expenditures: Non-linear effects of length of stay and travel party size. *Tourism Management*, 32: 46-52.
- Uriely, N., & Shani, A. (2011). *VFR Tourism: The host experience*. Ben-Gurion University of the Negev: Israel.
- Urry, J. (2002). *The Tourist gaze*. SAGE.
- Wöber, K. (2000). Standardizing tourism city statistic. *Annals of Tourism Research*, 27(1): 51-68.