

Encuesta ESADE sobre el ocio y turismo de los españoles (2000)

Sr. D. Joan Sureda, director y profesor del Departamento de Métodos Cuantitativos y de Gestión y presidente del Claustro del profesorado de ESADE

Dr. Josep-Francesc Valls, profesor del Departamento de Dirección de Márketing de ESADE y director del Centro de Dirección Turística de ESADE



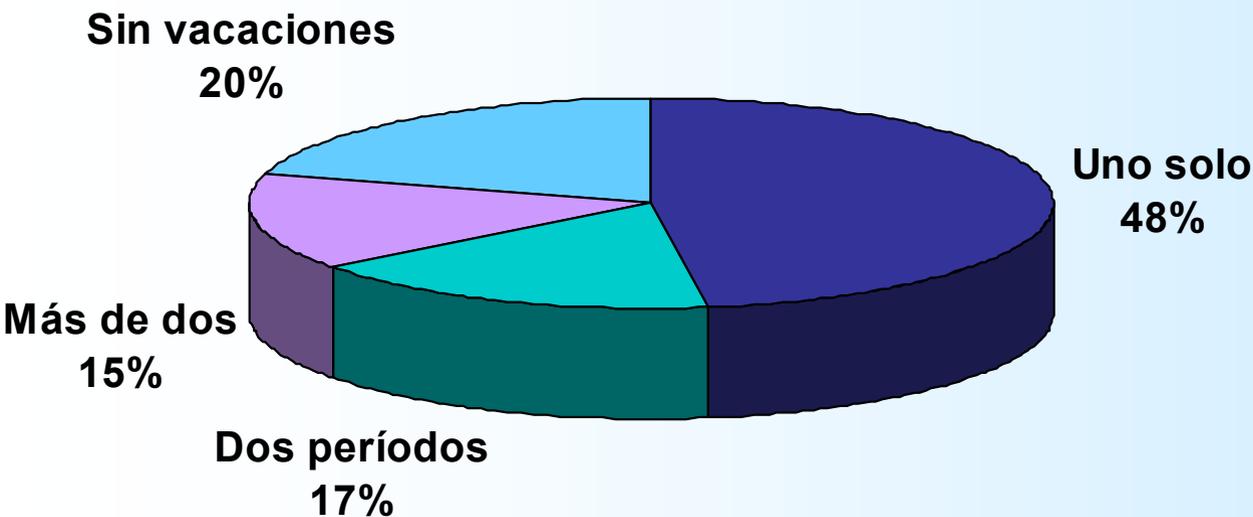
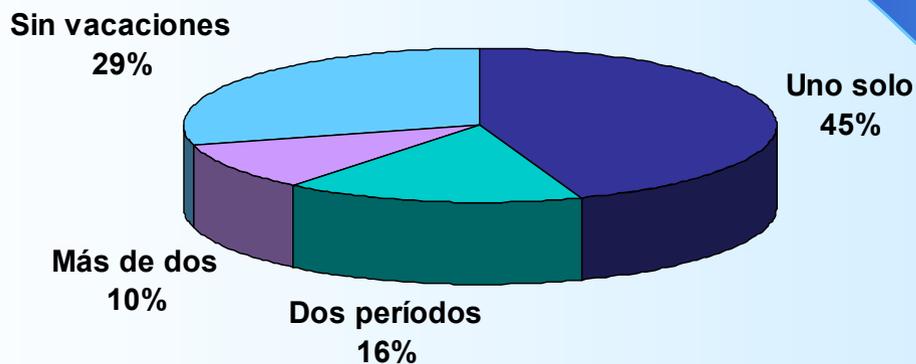
Estructura investigación

- Gestión del tiempo de ocio
- Factores en la elección actividades ocio
- Actividades relacionadas con el ocio:
 - Tipologías: “Ociotipos”
- Actitudes frente al ocio
- Aspectos económicos
- Valoración “fin de milenio”

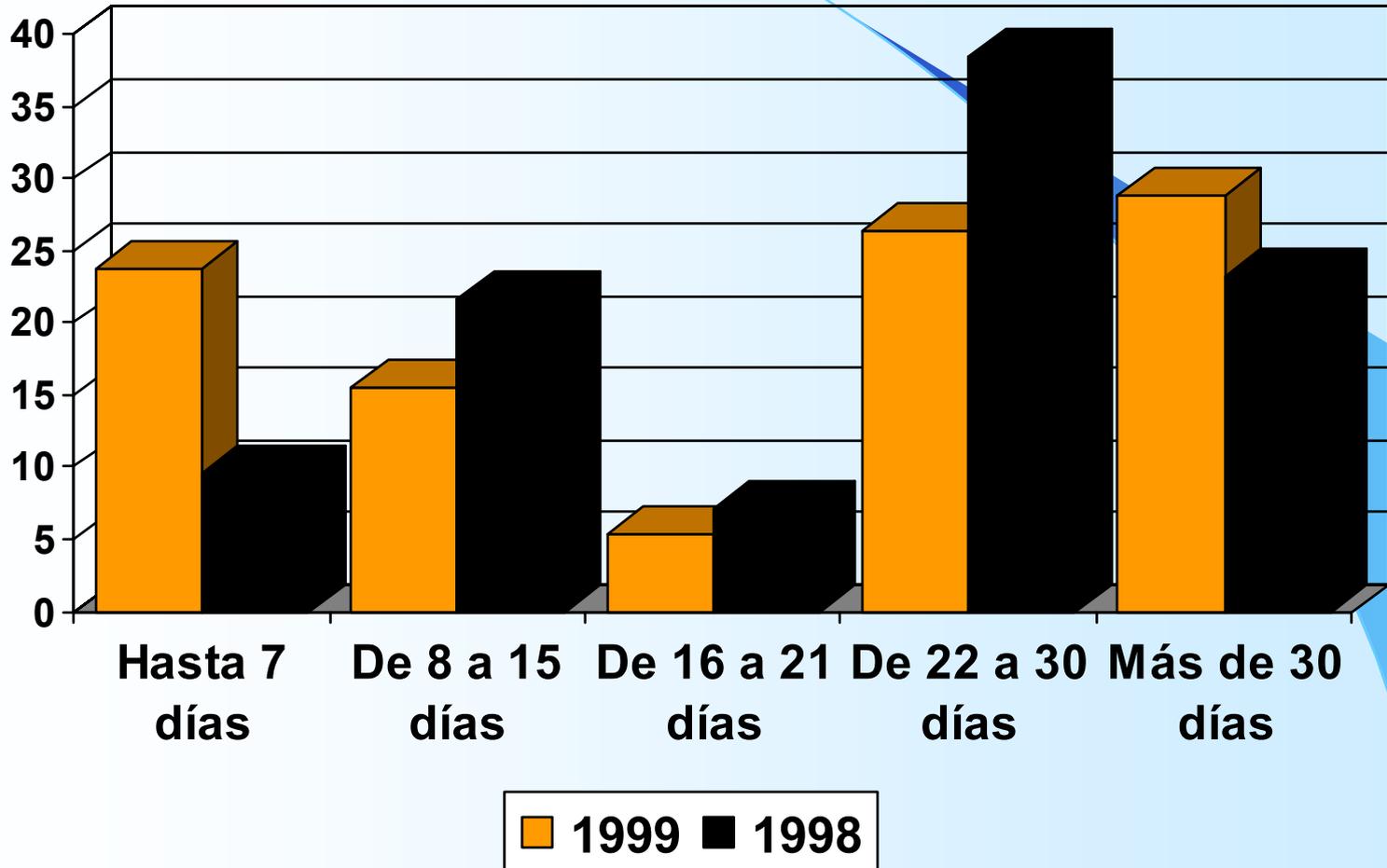


Gestión del tiempo de ocio

Formato vacaciones



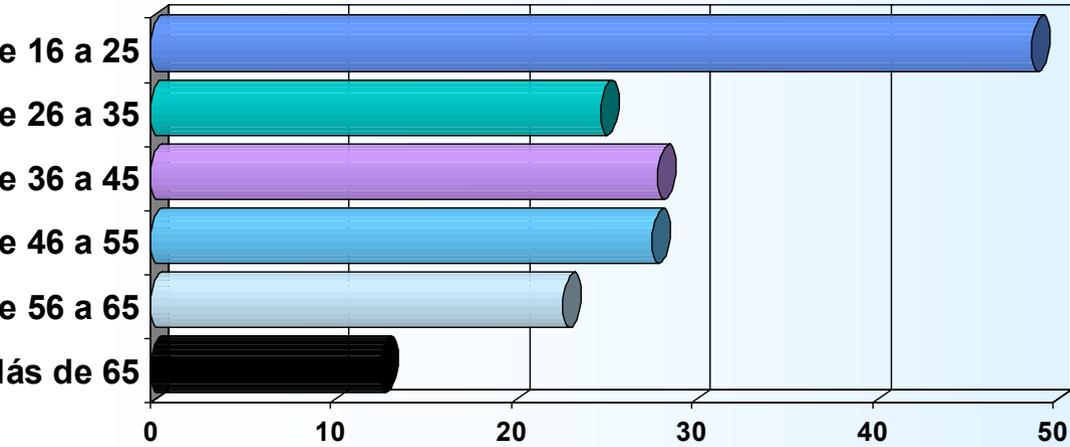
Duración vacaciones



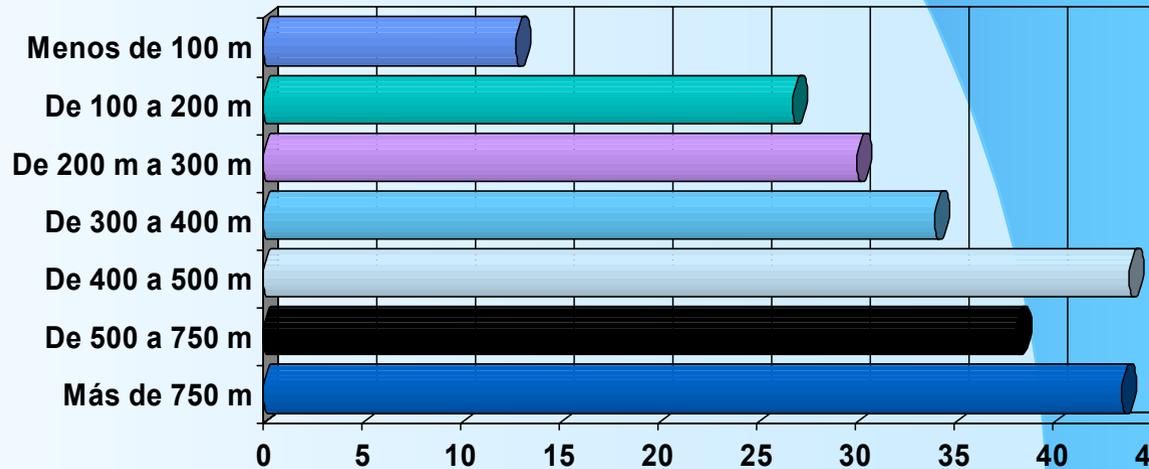


Días vacaciones

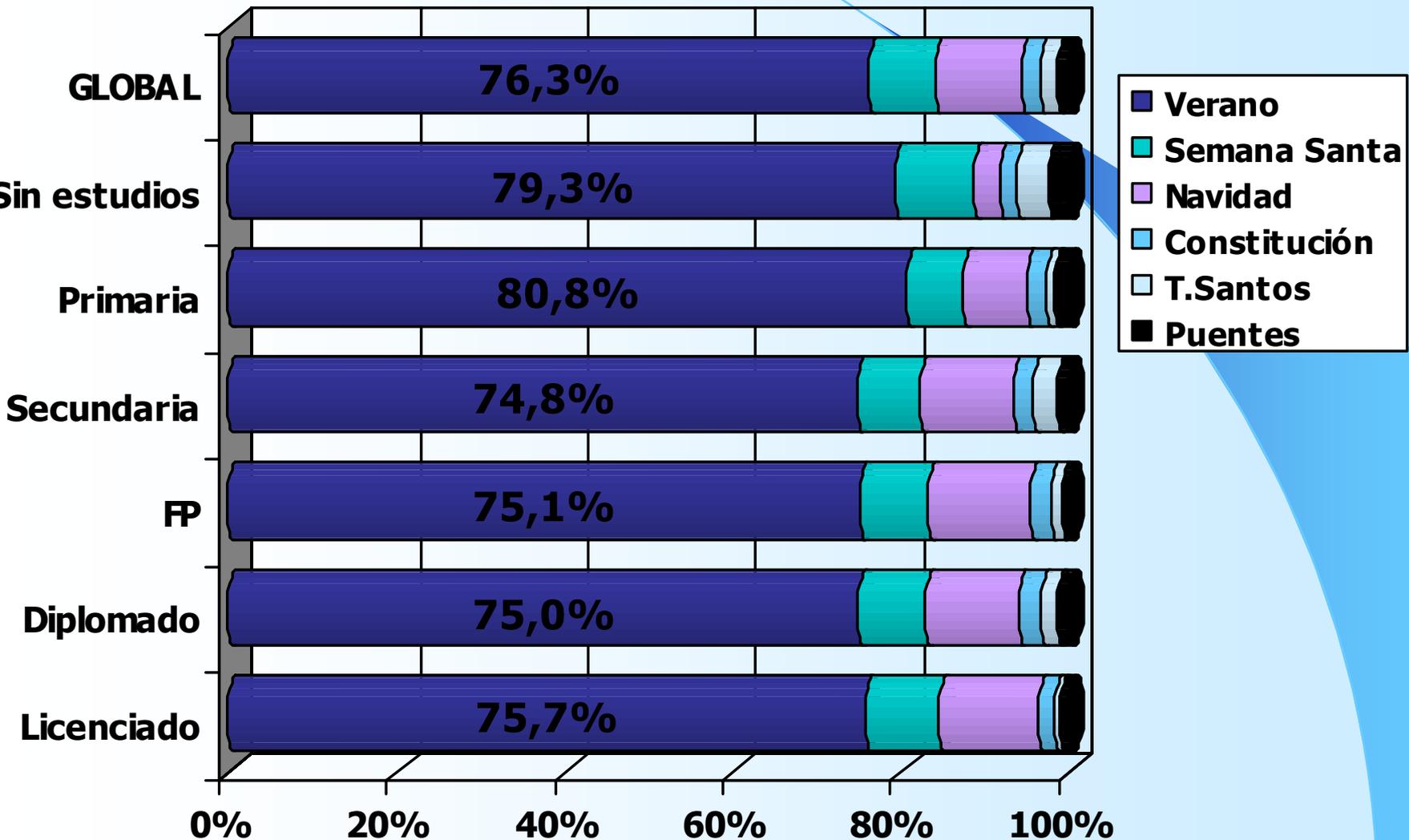
Edad



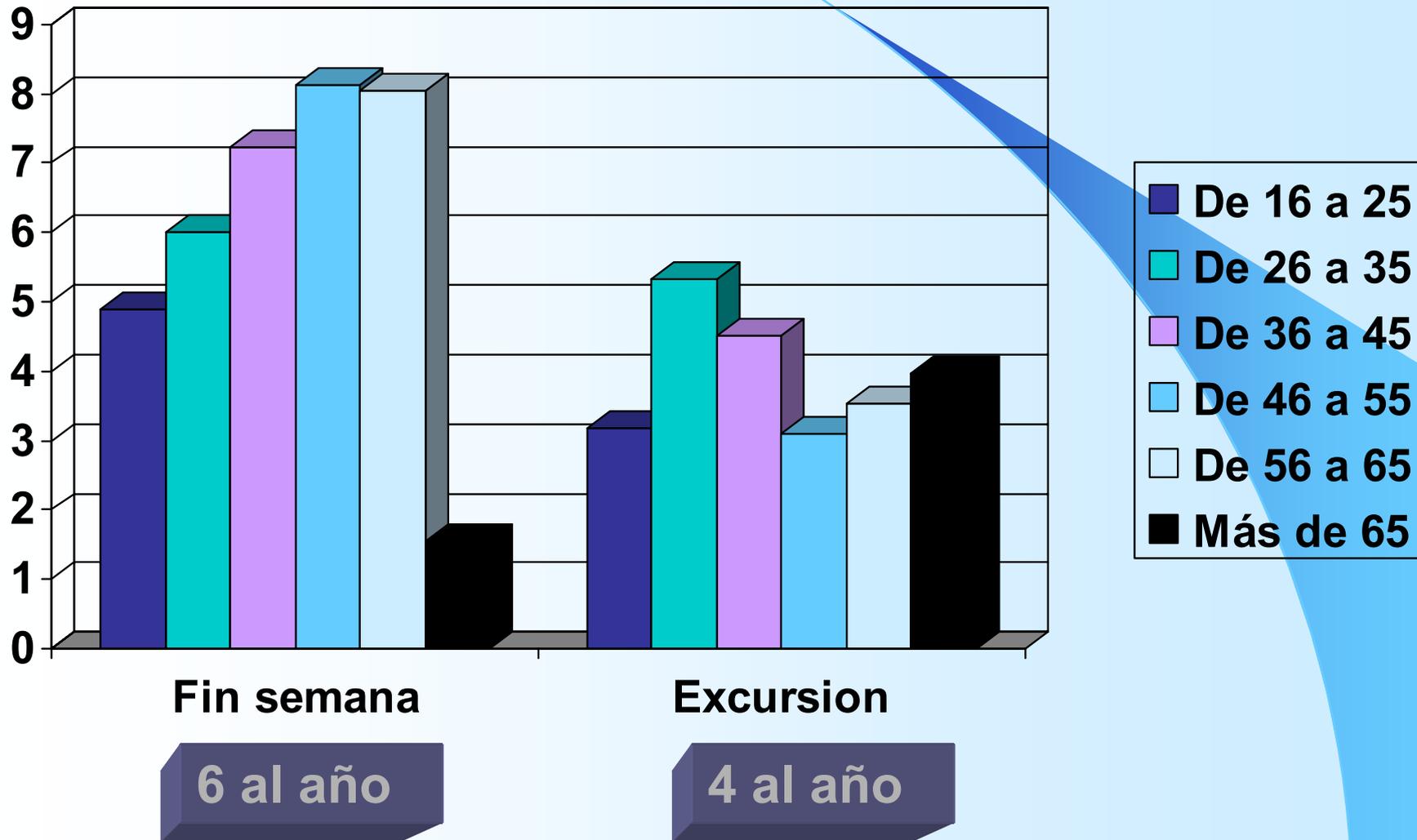
Renta mensual



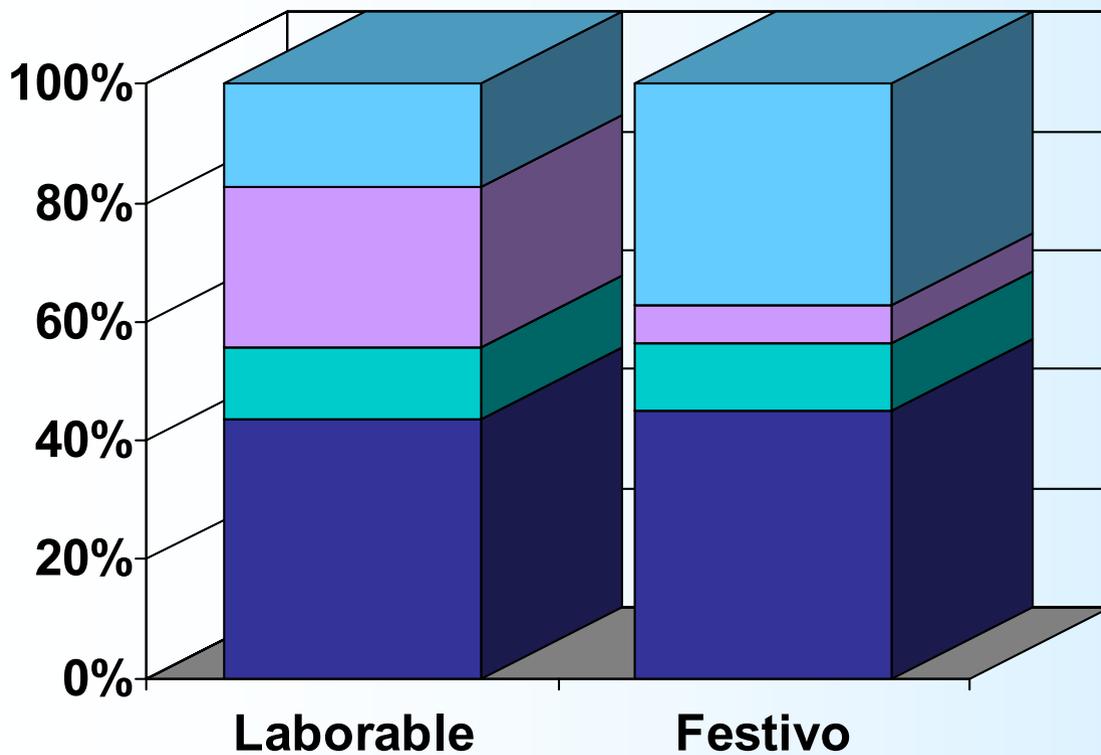
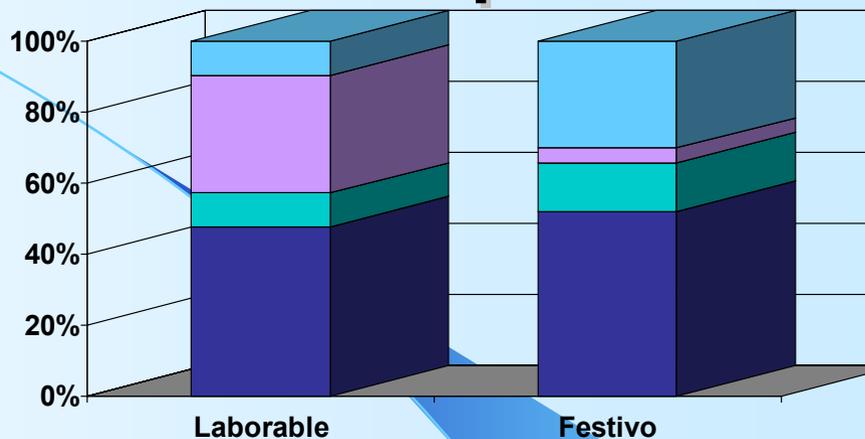
Reparto vacaciones



Recursos adicionales

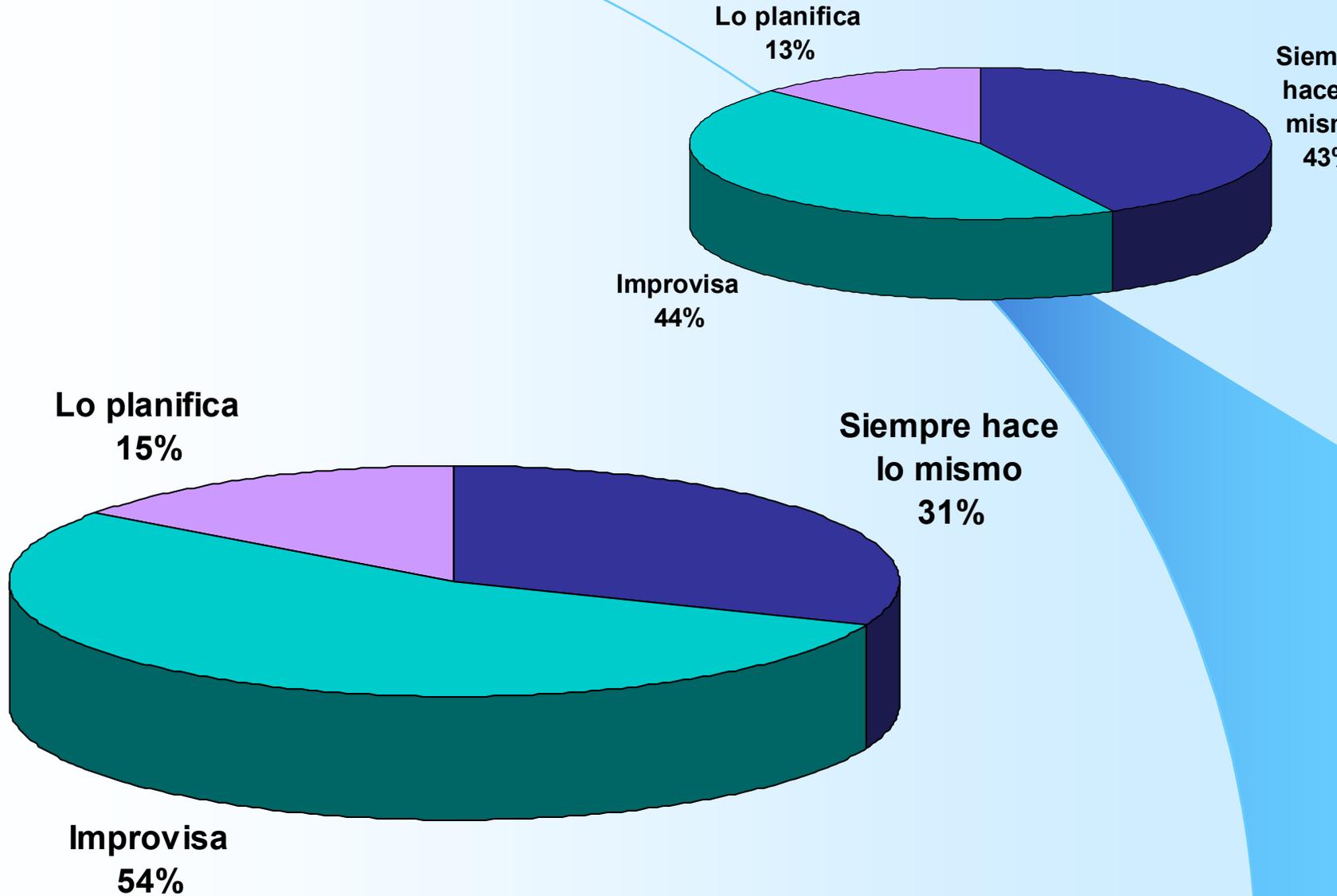


Distribución del tiempo



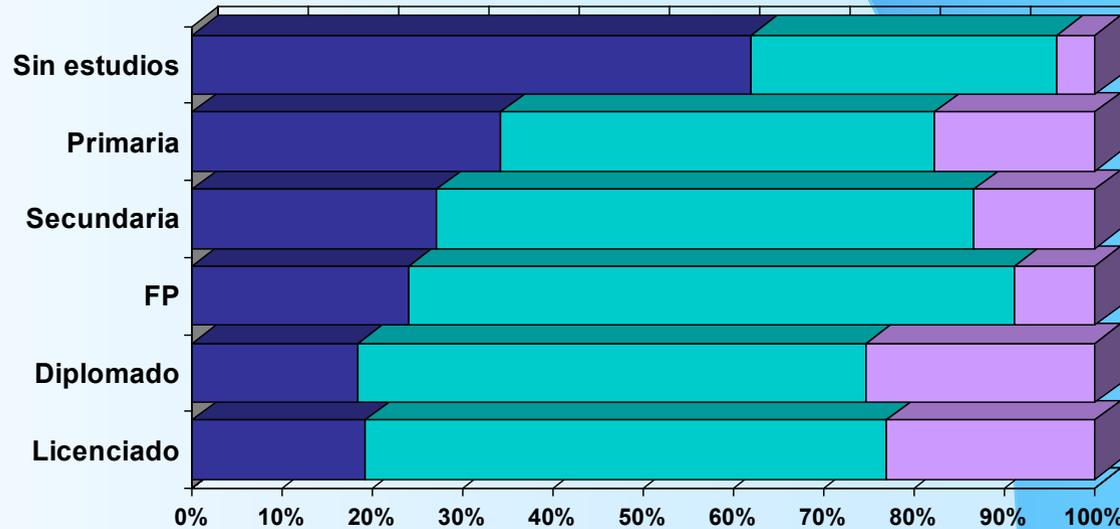
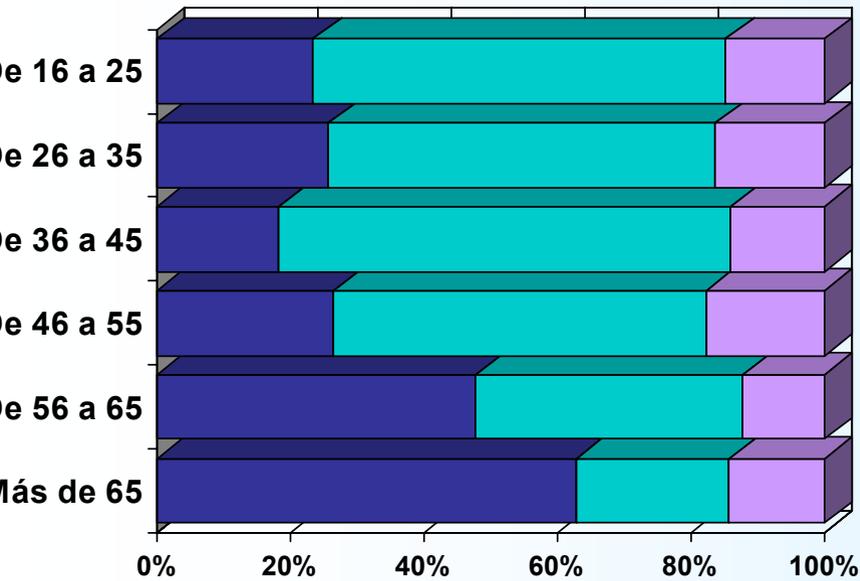


Organización fin de semana





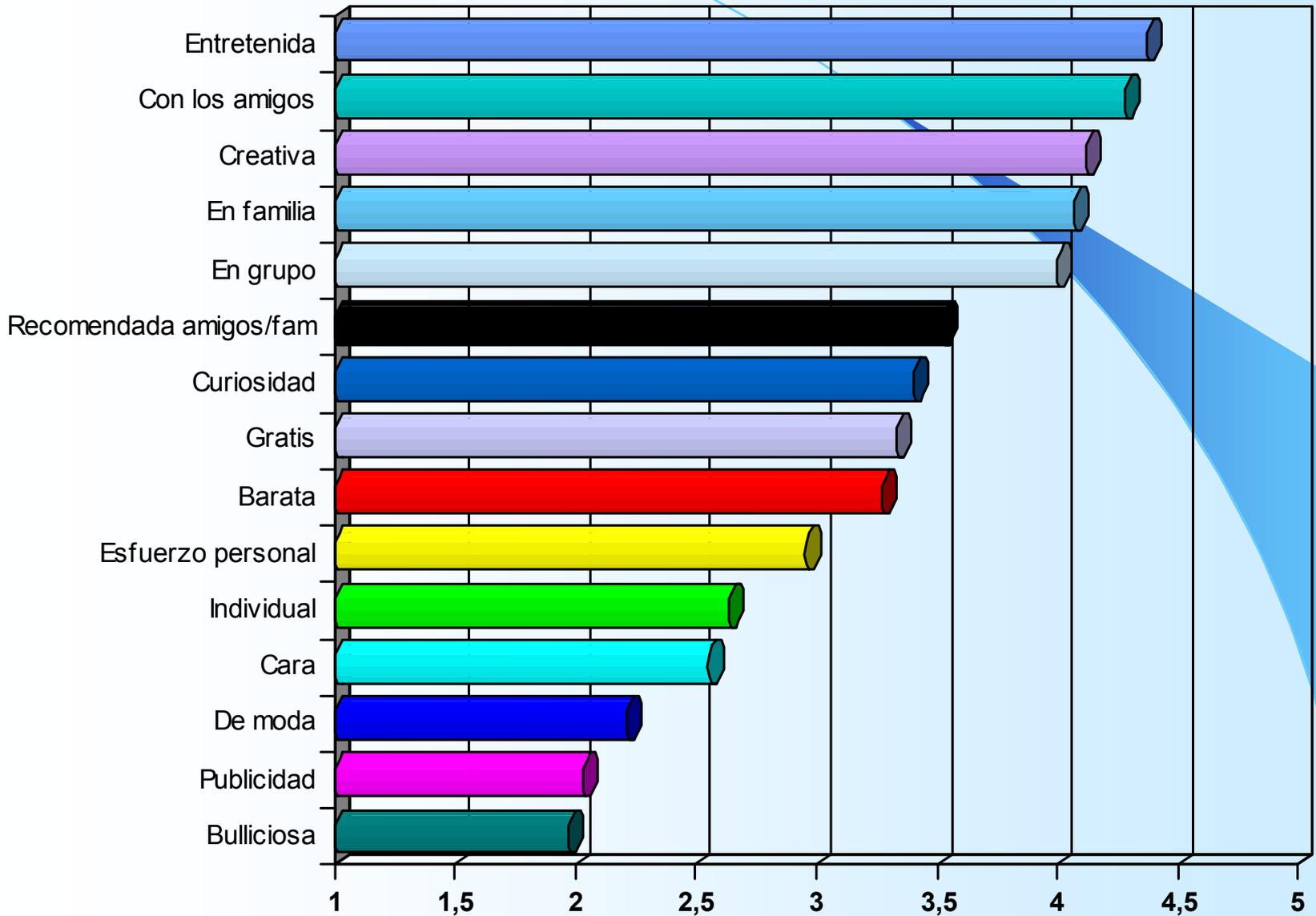
Organización fin de semana





Factores en la elección

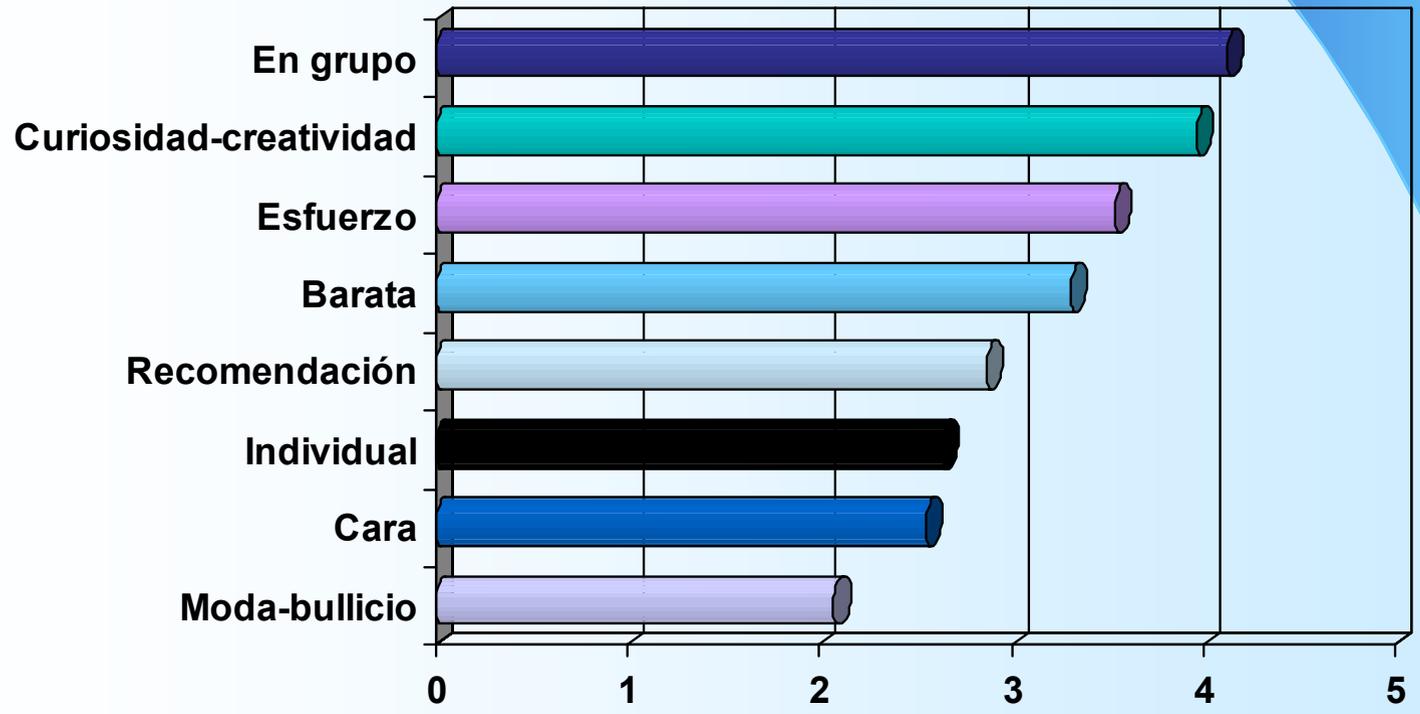
Aspectos importantes





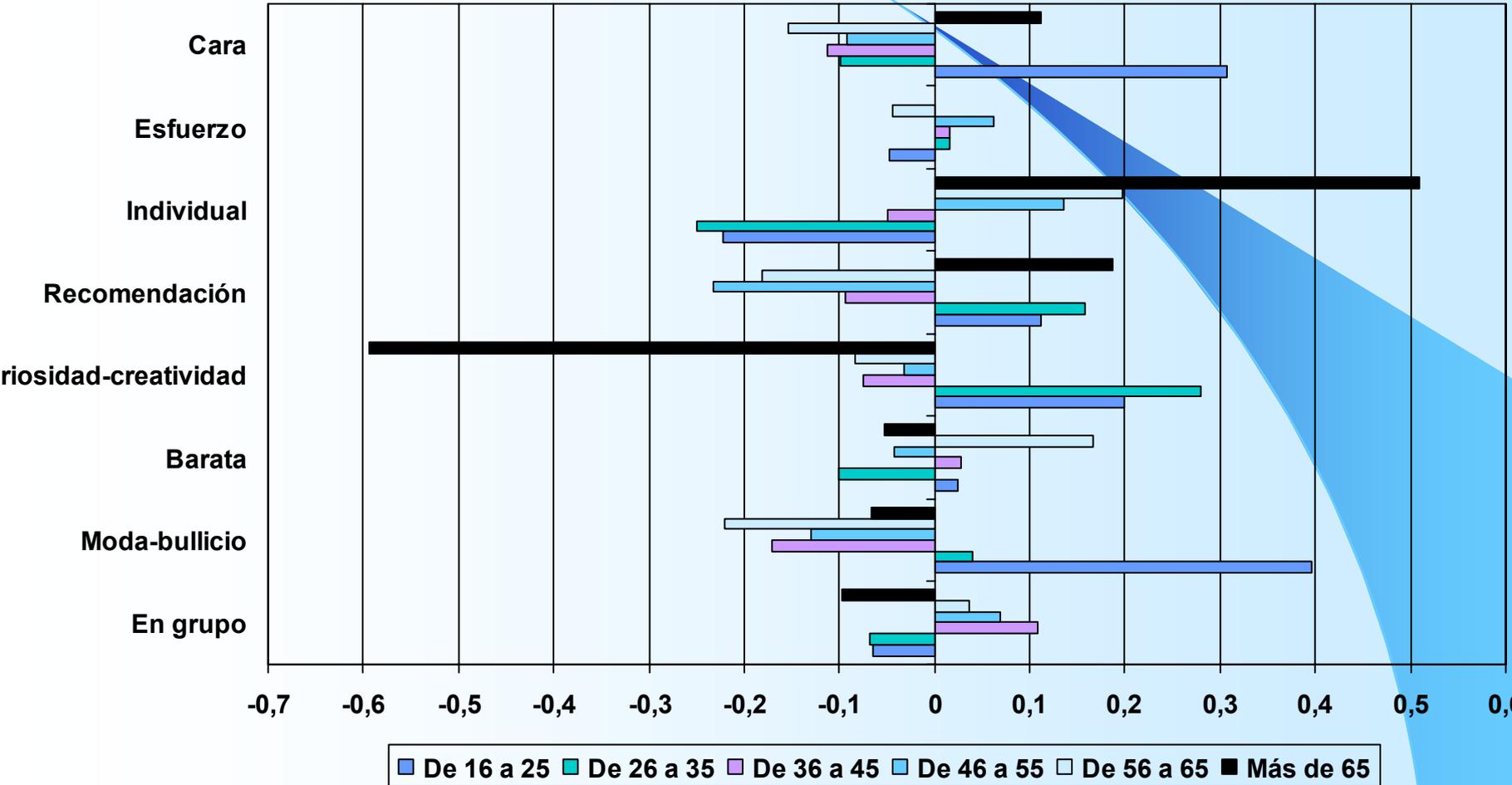
Síntesis de la importancia

Importancias





Importancia

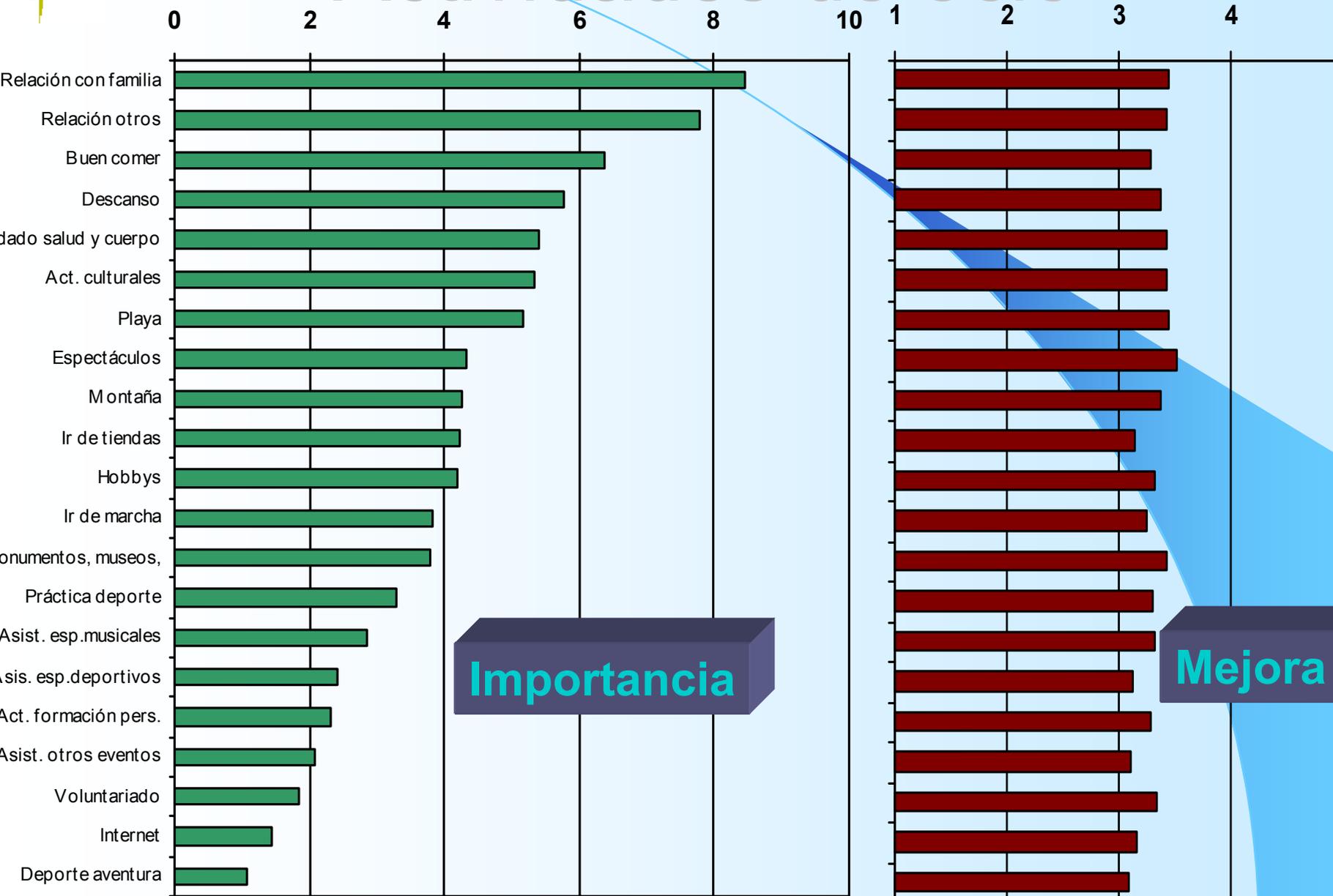




Actividades de ocio



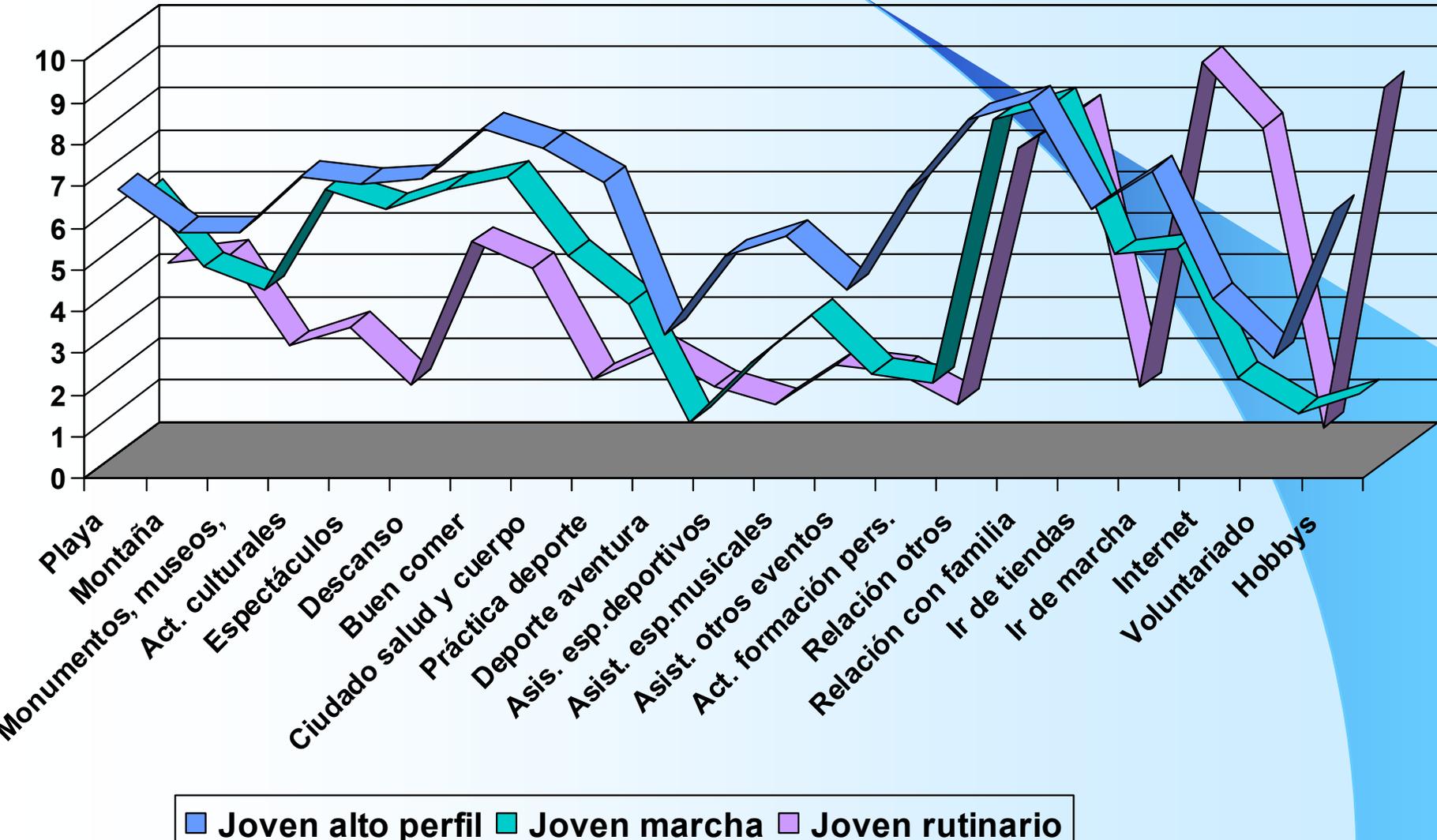
Actividades de ocio



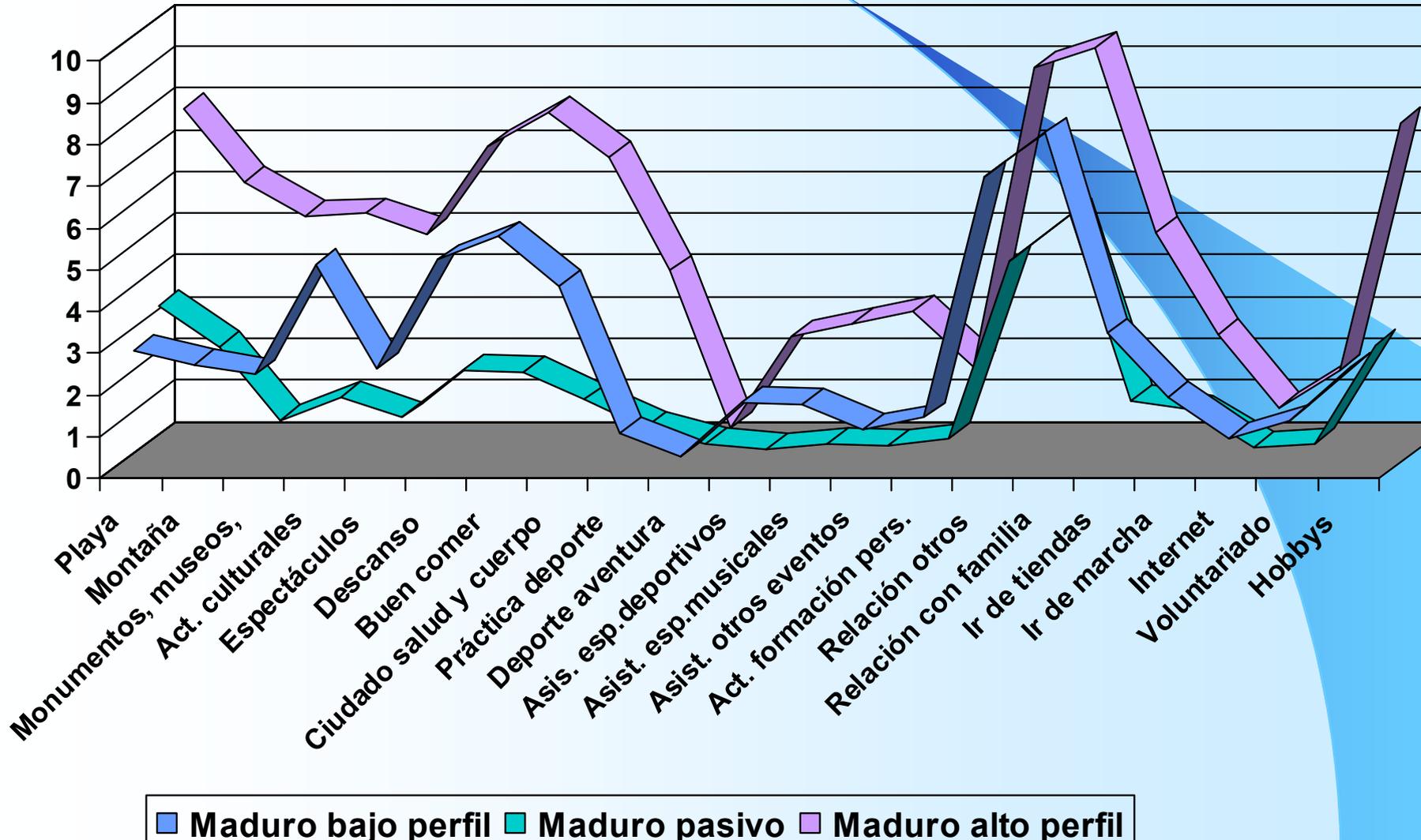
Importancia

Mejora

Ociotipos jóvenes

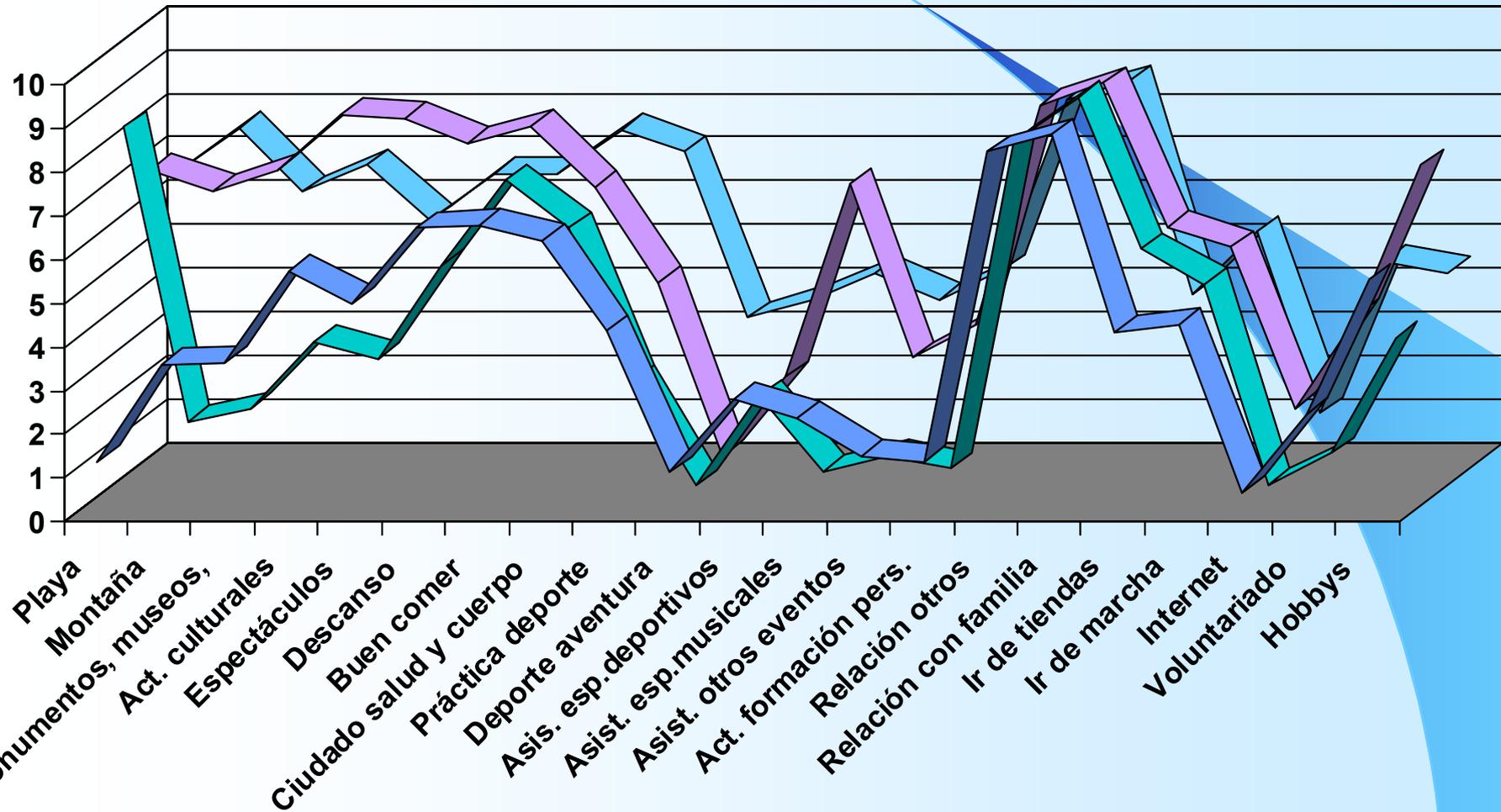


Ociotipos maduros





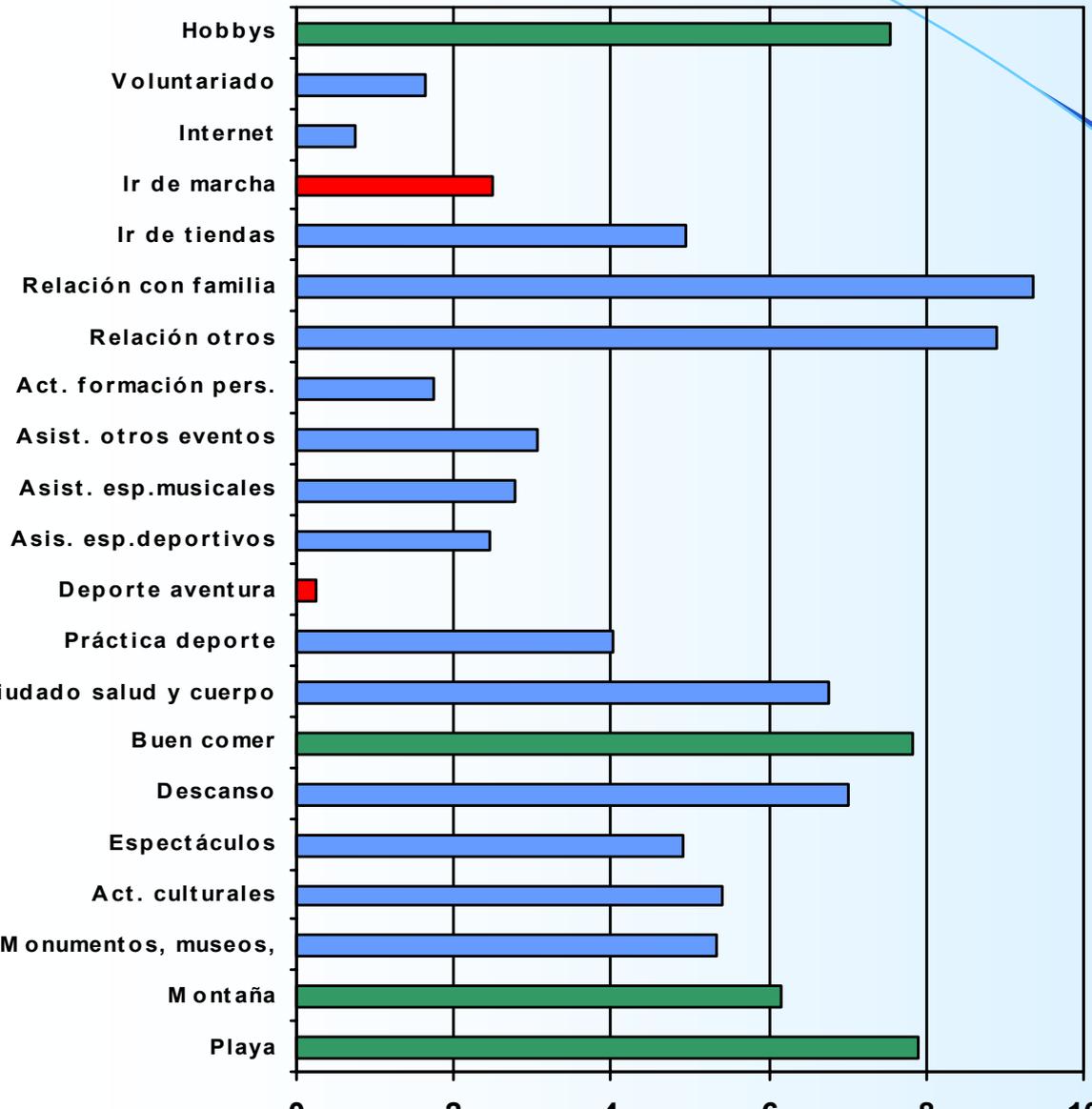
Ociotipos edades medias



■ Mujer tradicional ■ Hombre tradicional ■ Mujer activa ■ Hombre activo



Maduro alto perfil

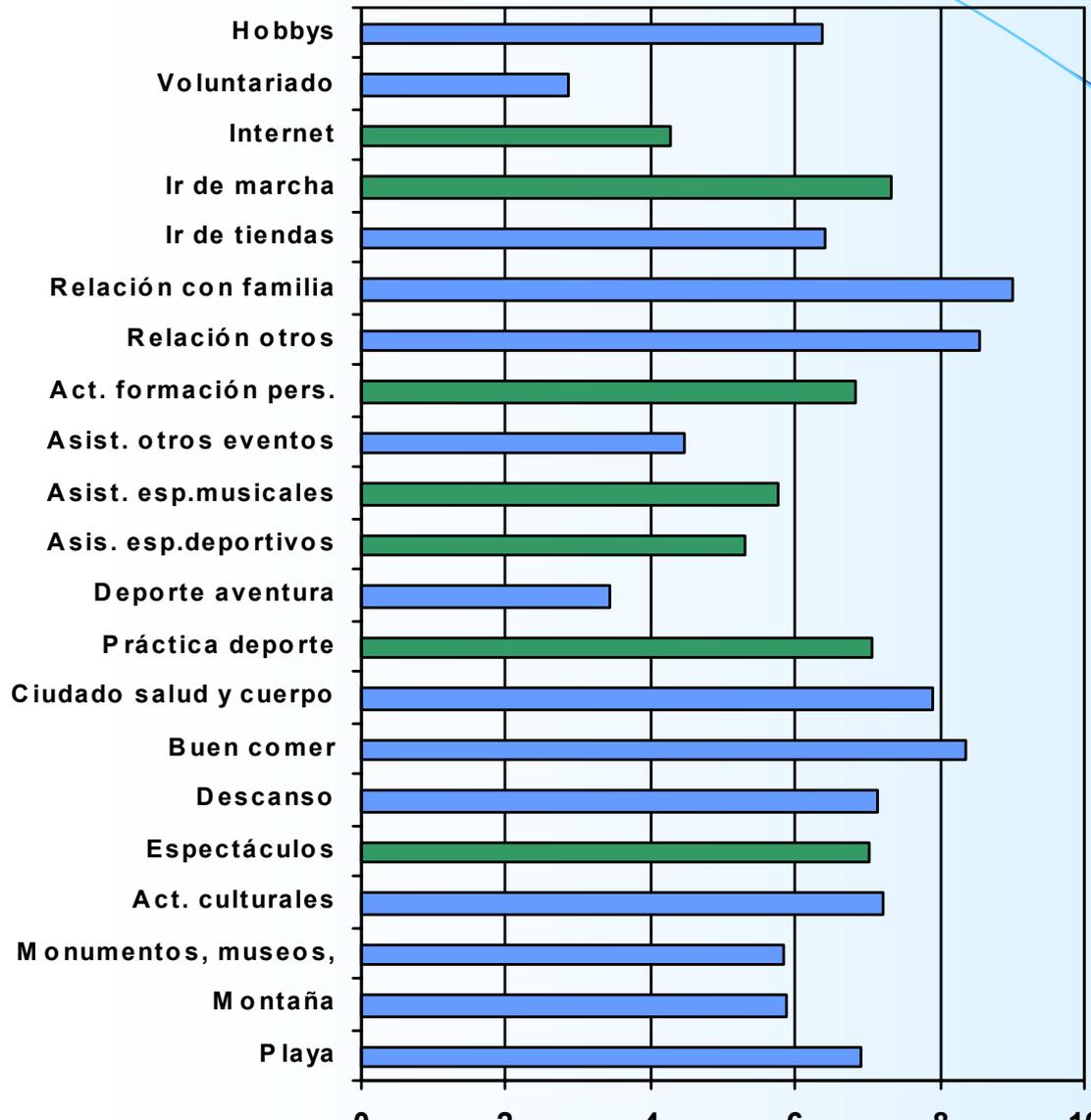


- Edad 56 a 65 años
- Alta ocupación
- Con hijos

10,8 %



Joven alto perfil

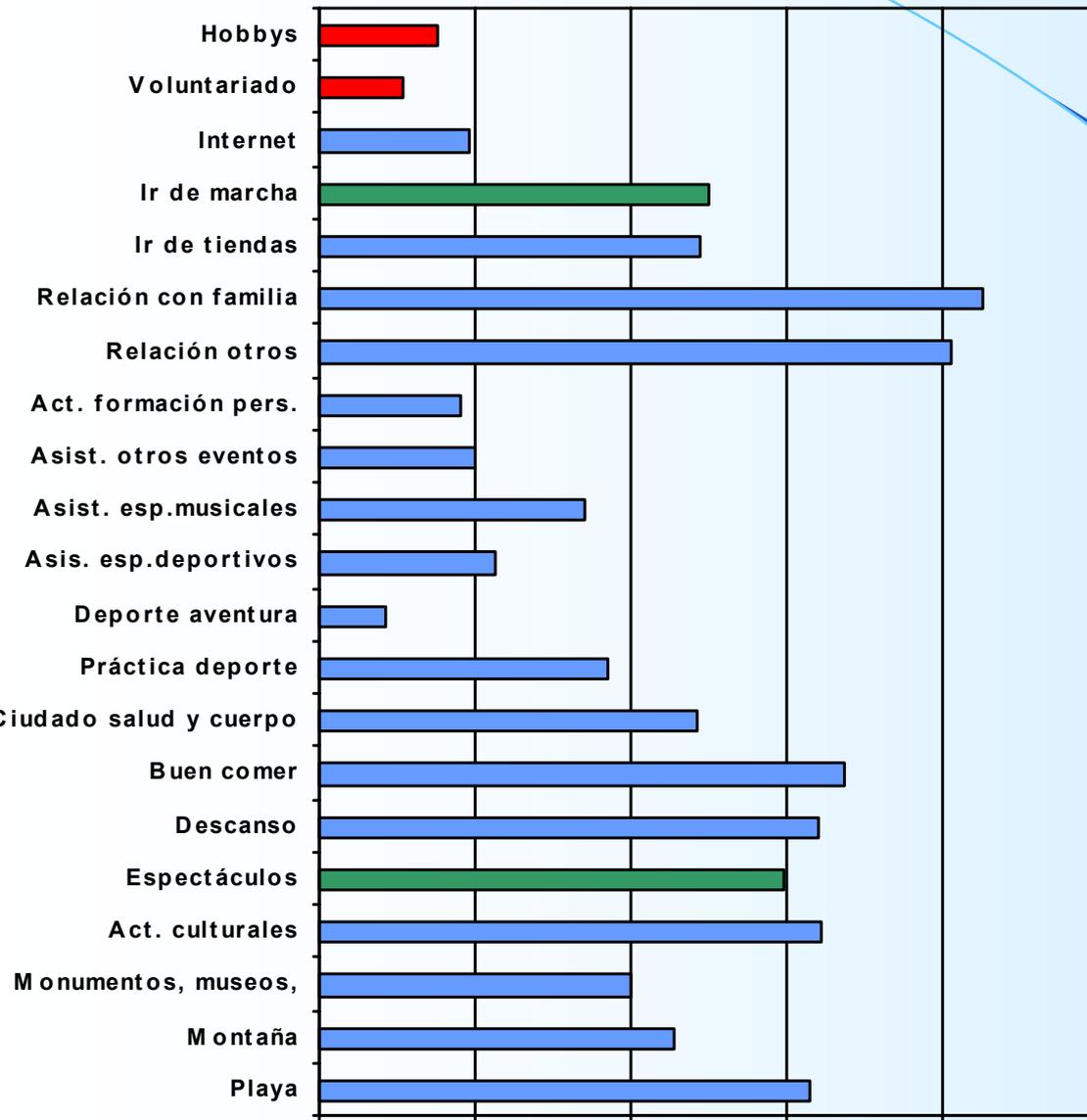


- Soltero
- De 16 a 35 años
- Altos estudios
- Alta ocupación
- Alta renta

12,1 %



Joven marcha

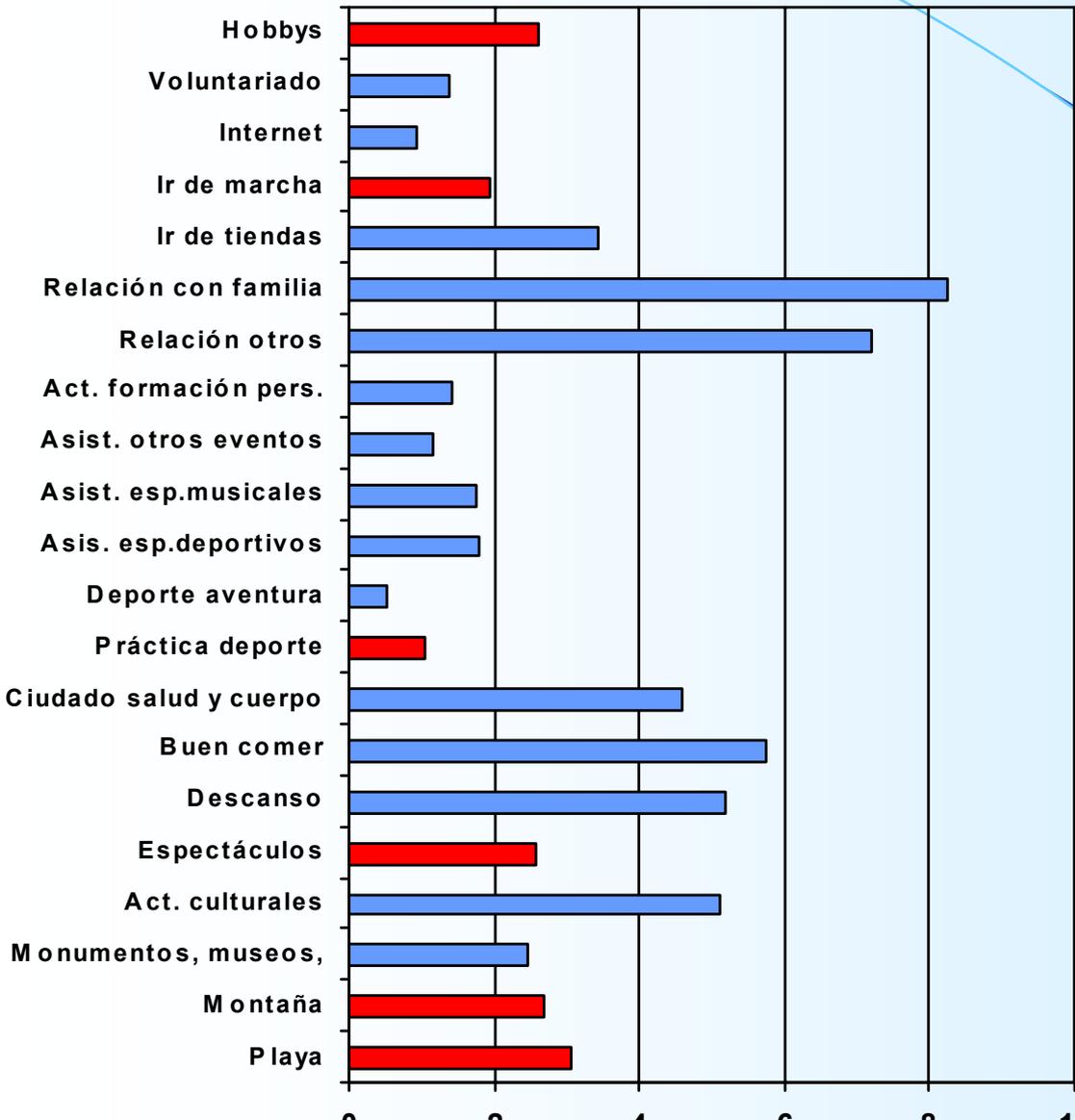


- Soltero
- De 16 a 35 años

12,6 %



Maduro bajo perfil

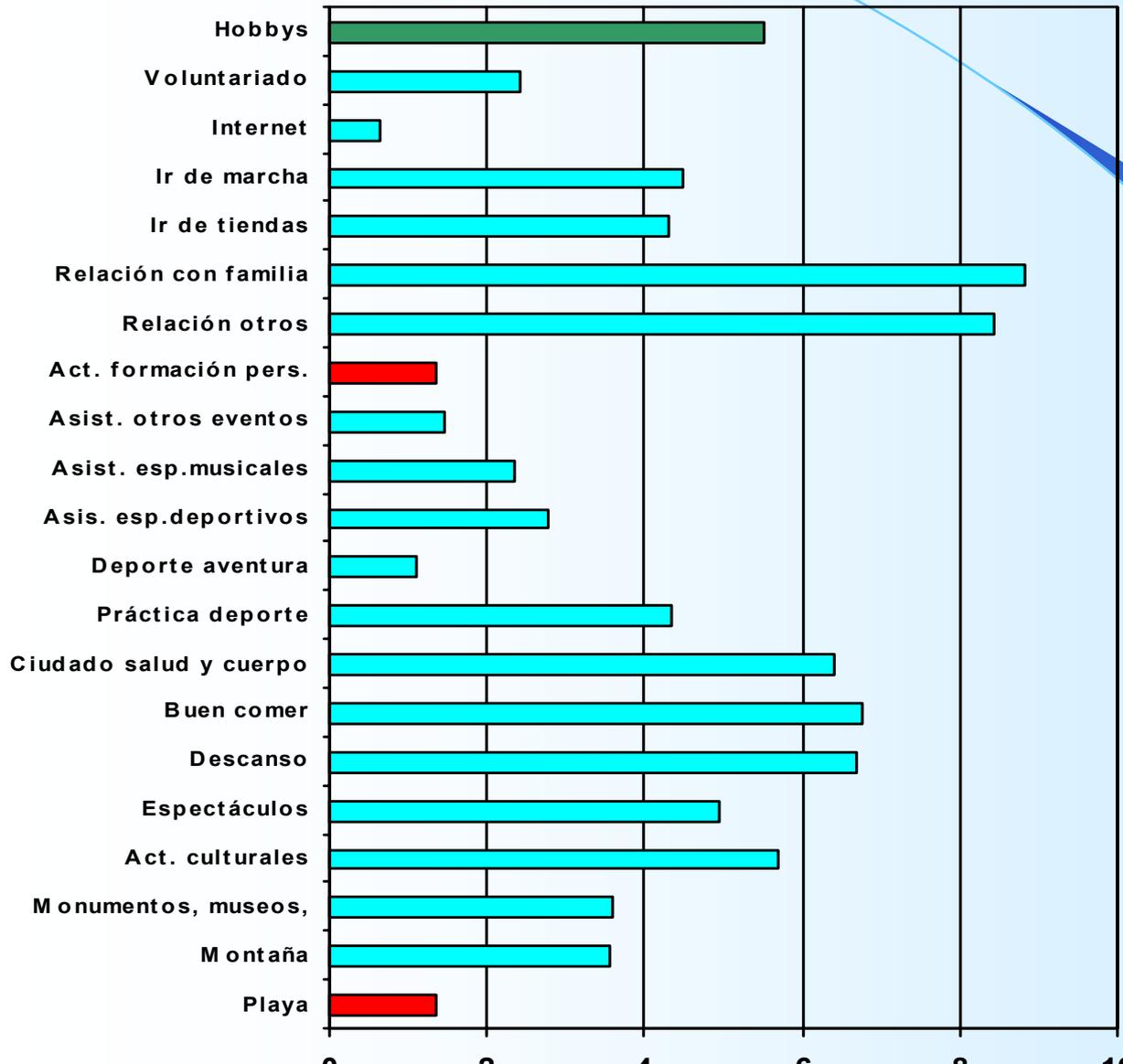


- Sin estudios
- Baja renta
- Con hijos
- Más de 55 años

28,2 %



Mujer tradicional

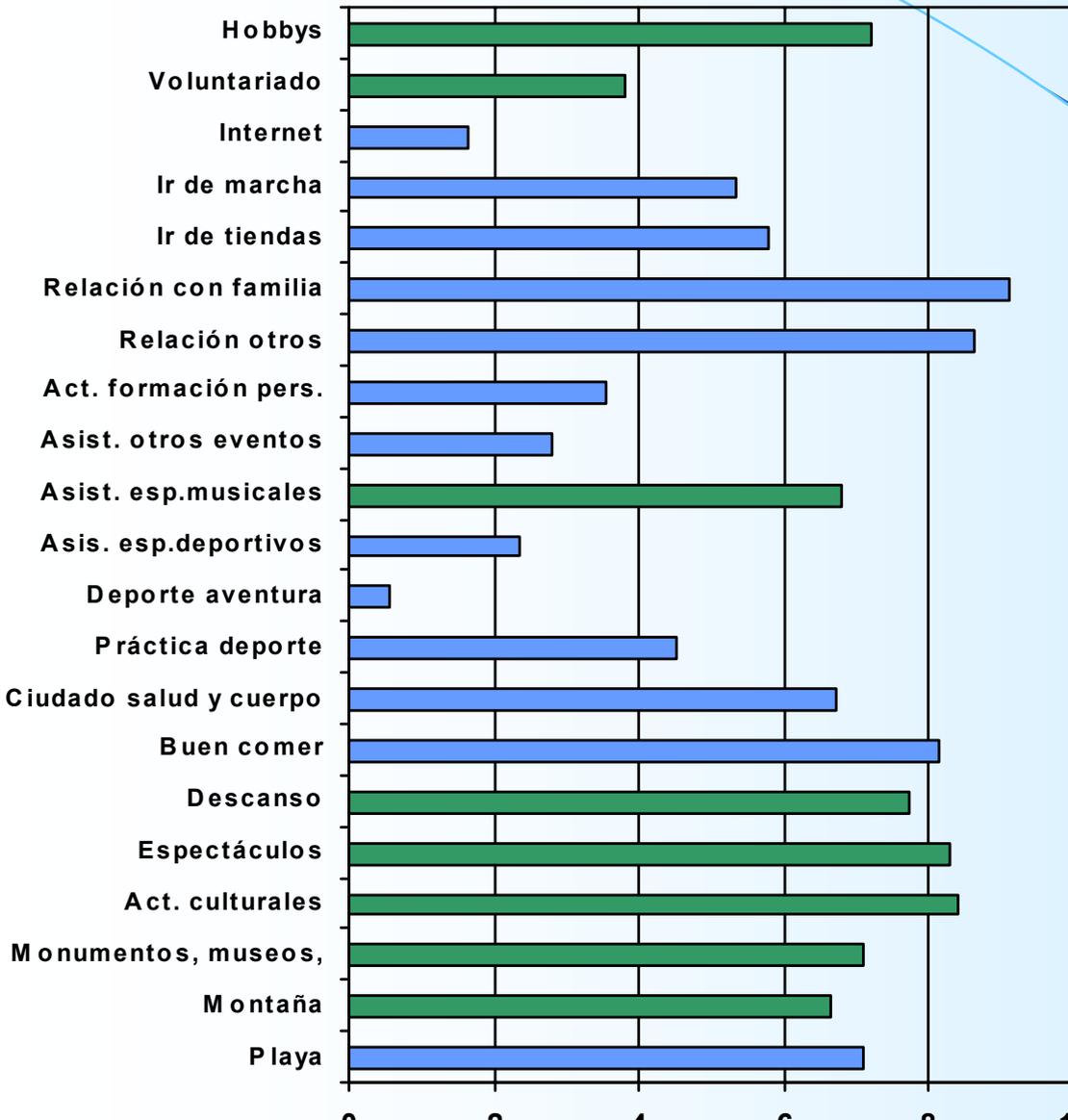


- Mujer
- Poblaciones medias
- Renta baja
- Baja educación

8,5 %



Mujer activa

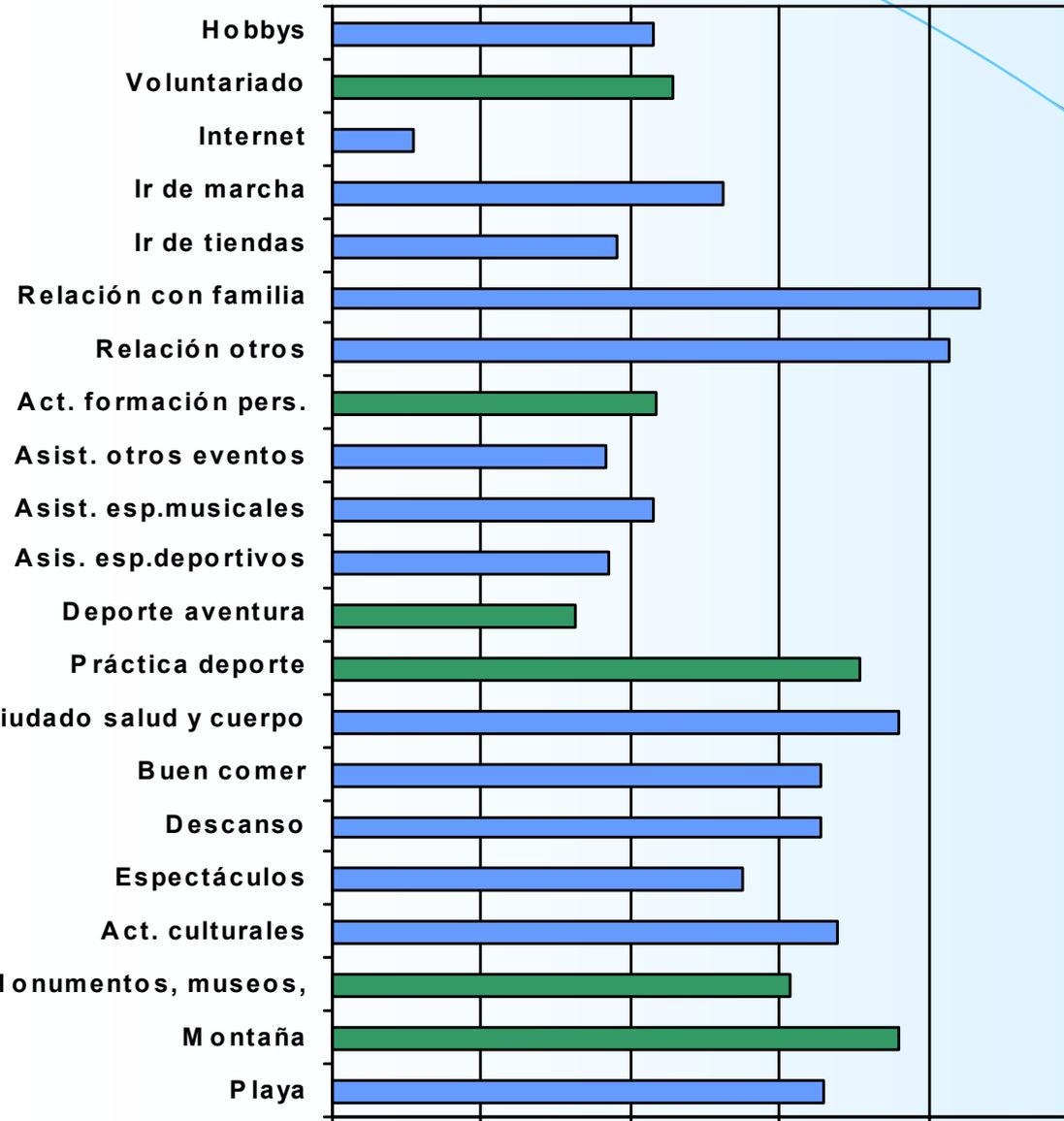


- Mujer
- Renta alta
- Edad media
- Alta educación
- Ciudad grande

6,0 %



Hombre activo

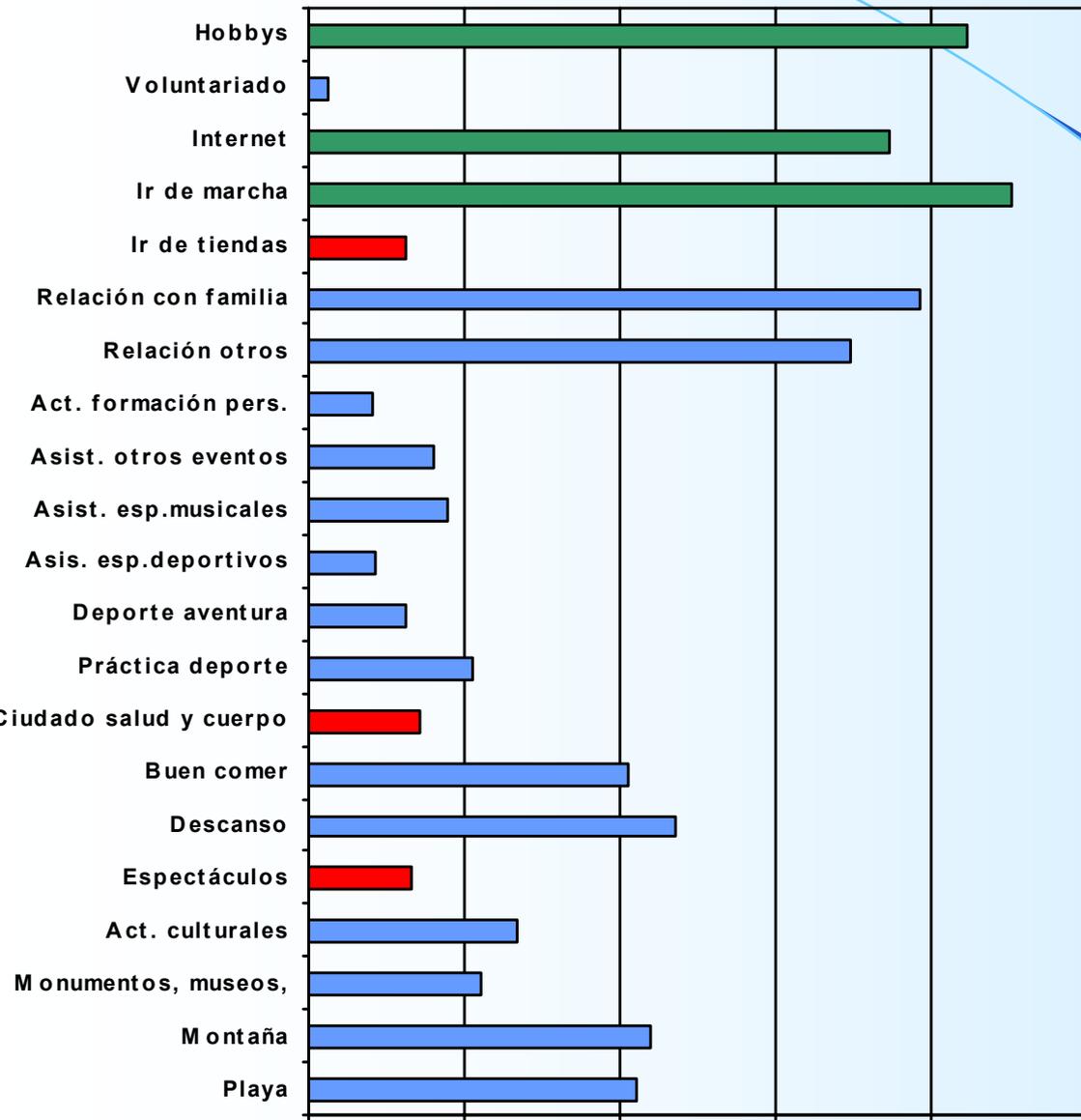


- Hombre
- Alta ocupación
- Con hijos
- Edades medias
- Altos estudios

5,9 %



Joven rutinario

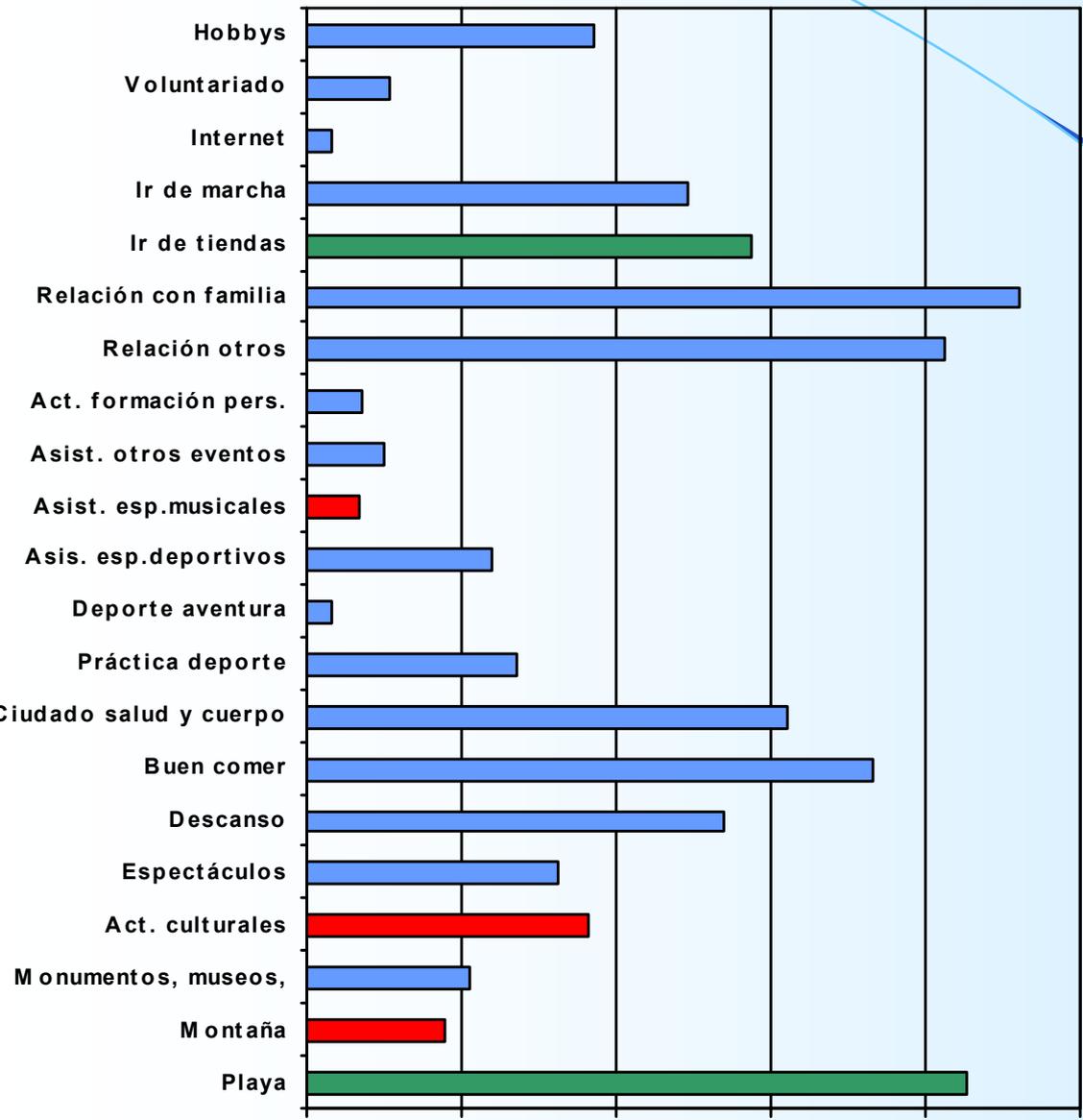


- Soltero
- Parado o baja ocupación
- De 16 a 35 años

1,3 %



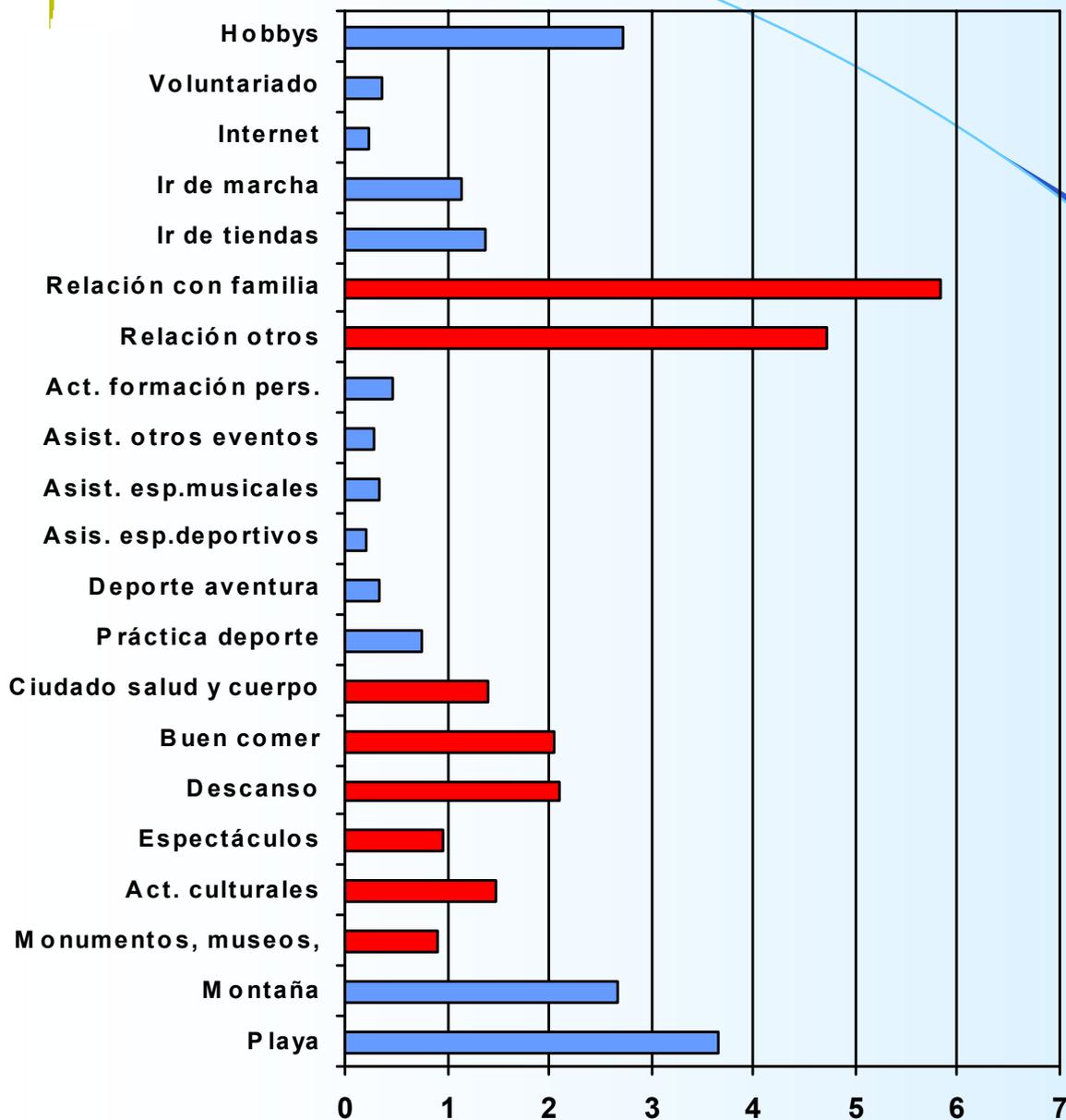
Hombre tradicional



- Hombre
- Trab. no cualificado
- Edades medias
- Renta baja o media

5,2 %

Maduro pasivo

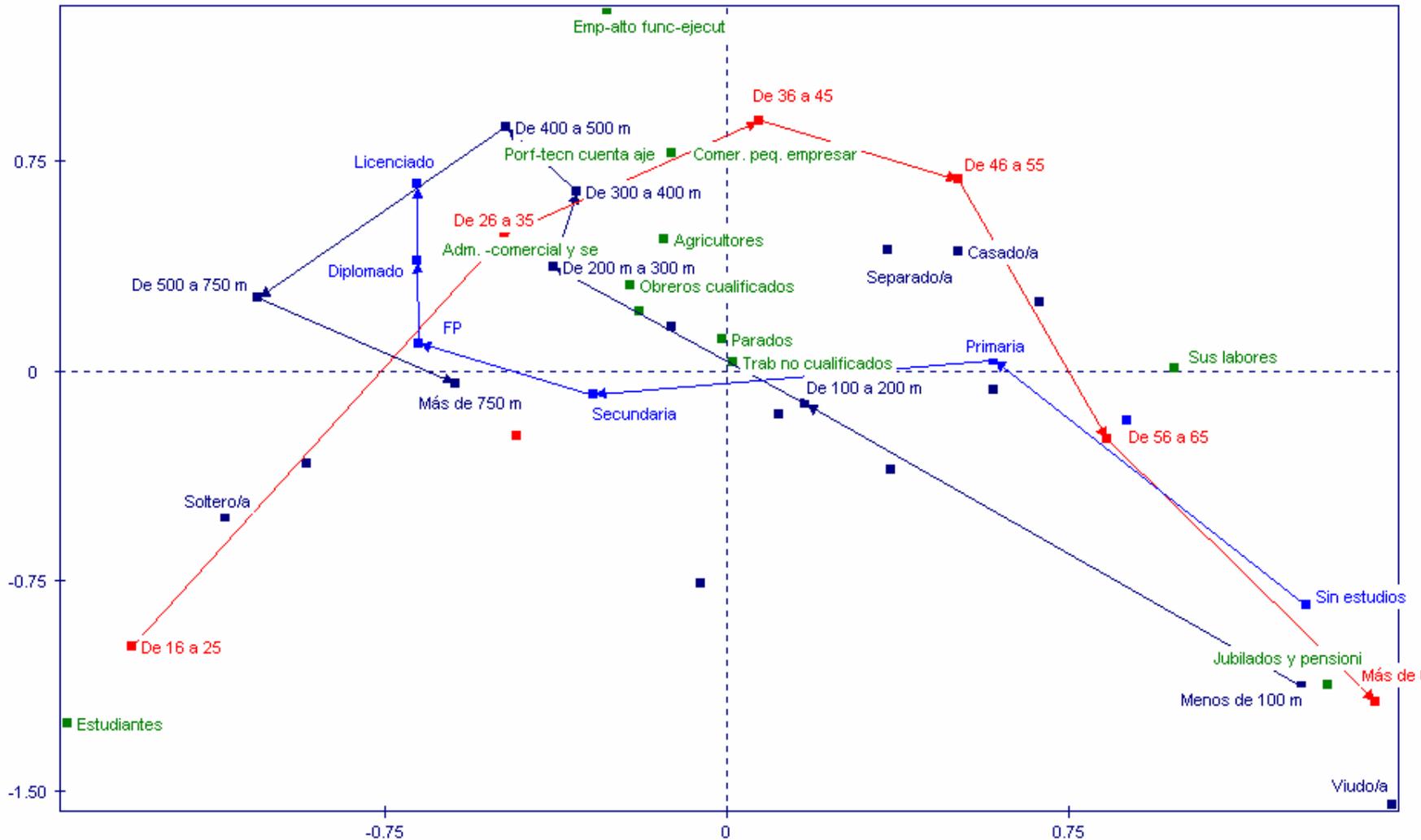


- Baja renta
- Más de 65 años
- Jubilado-pensionista
- Con hijos

9,4 %

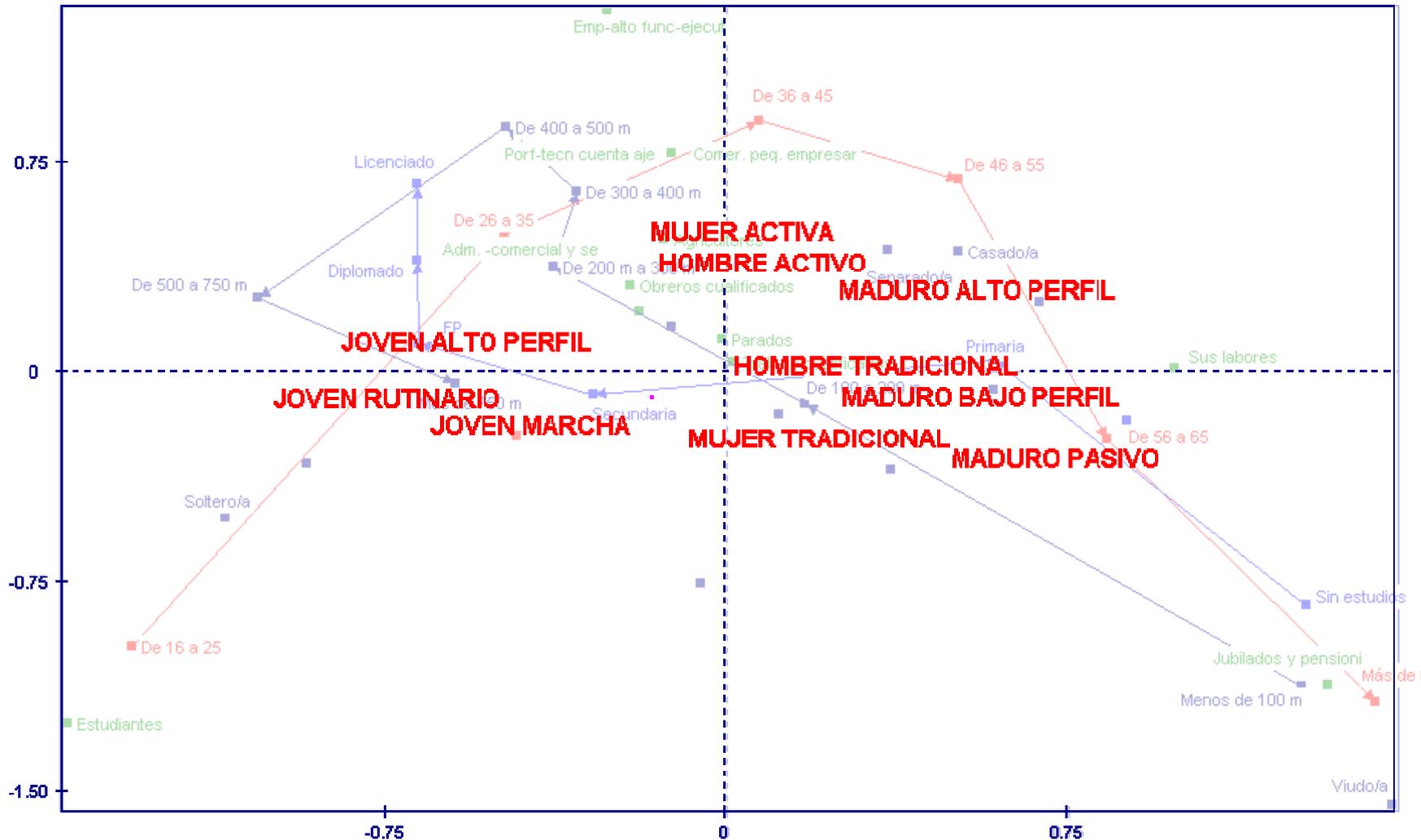


Mapa socio-demográfico

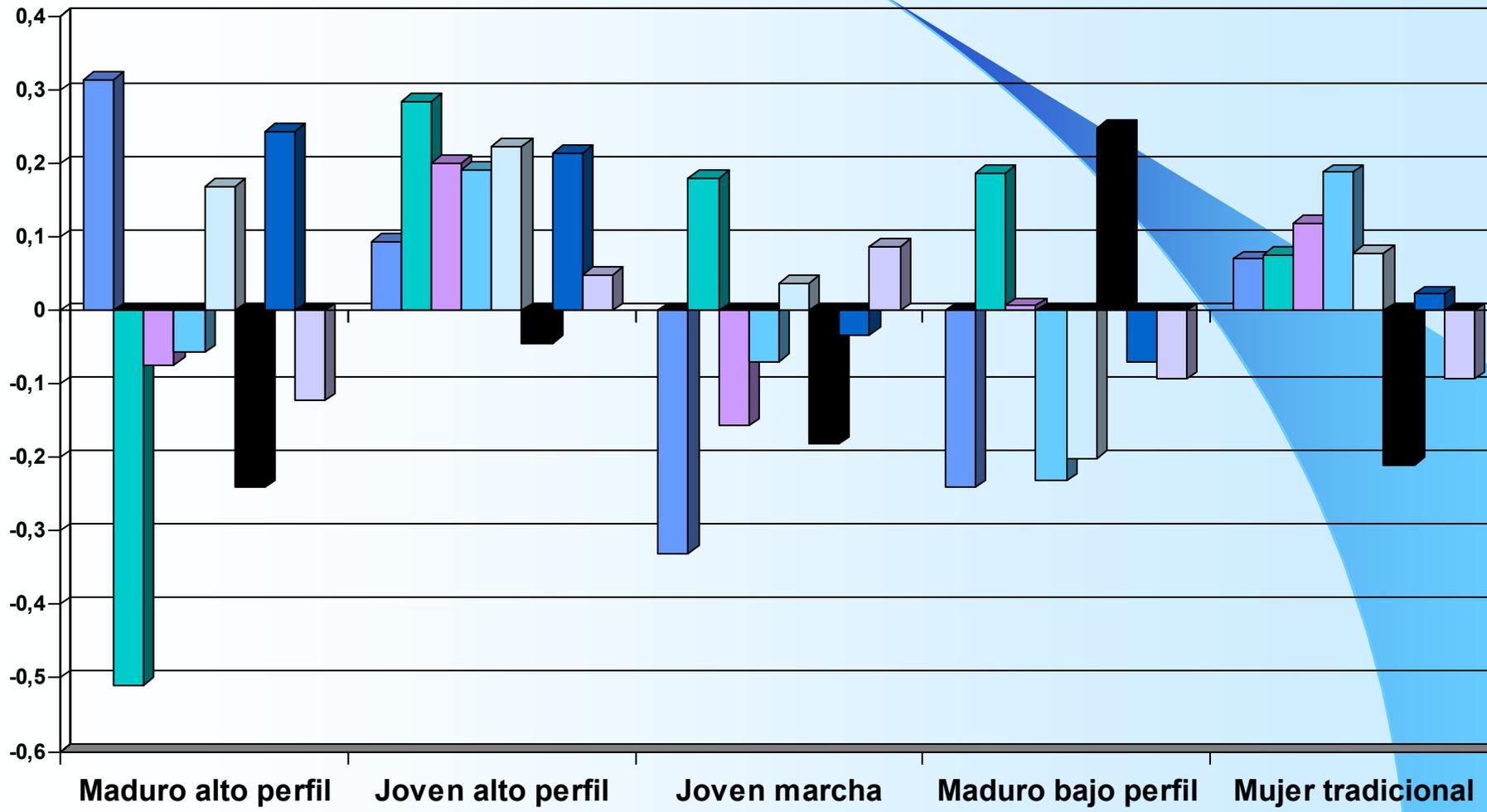




Mapa socio-demográfico

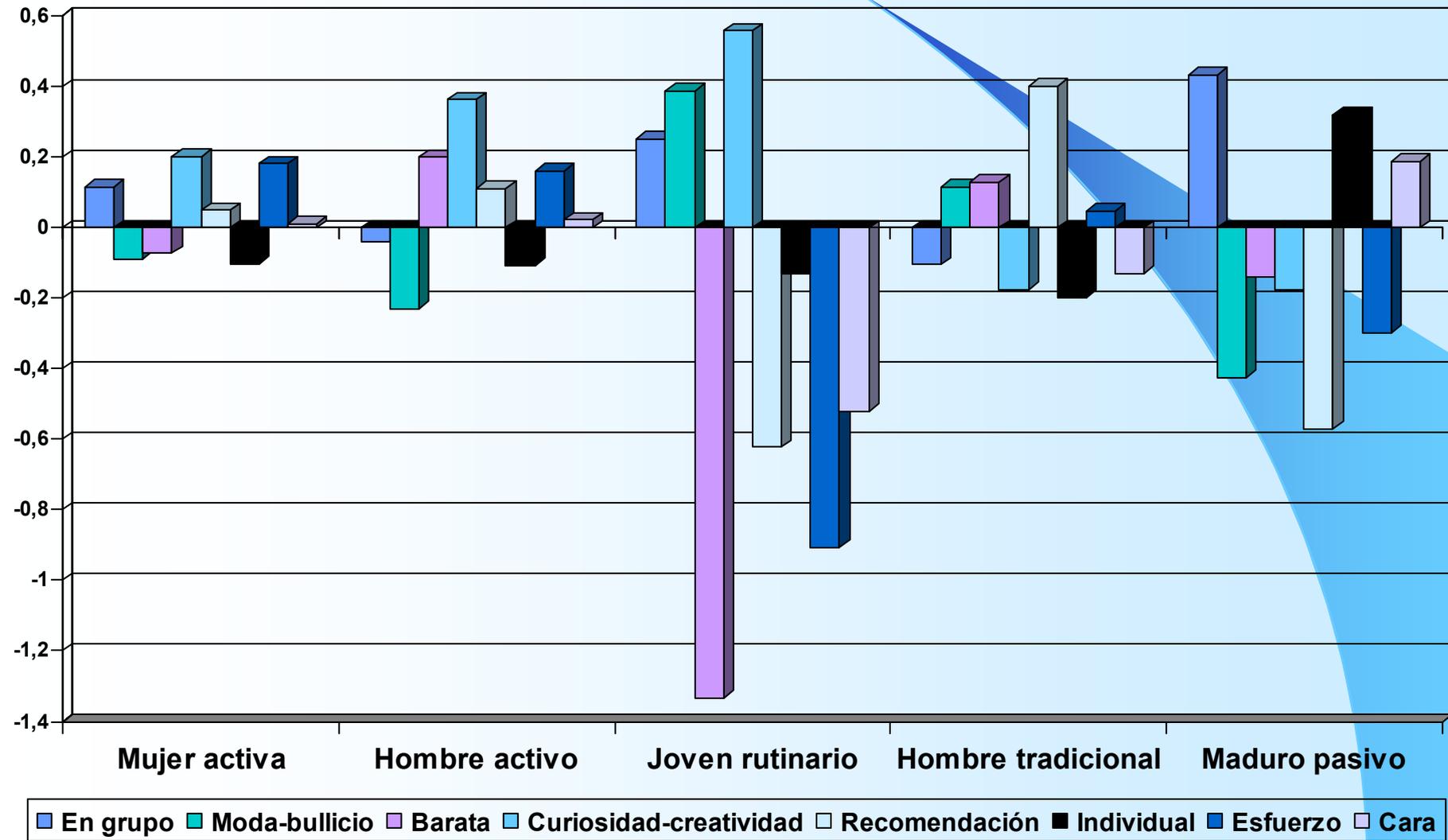


Factores de decisión (1)



■ En grupo ■ Moda-bullicio ■ Barata ■ Curiosidad-creatividad ■ Recomendación ■ Individual ■ Esfuerzo ■ Cara

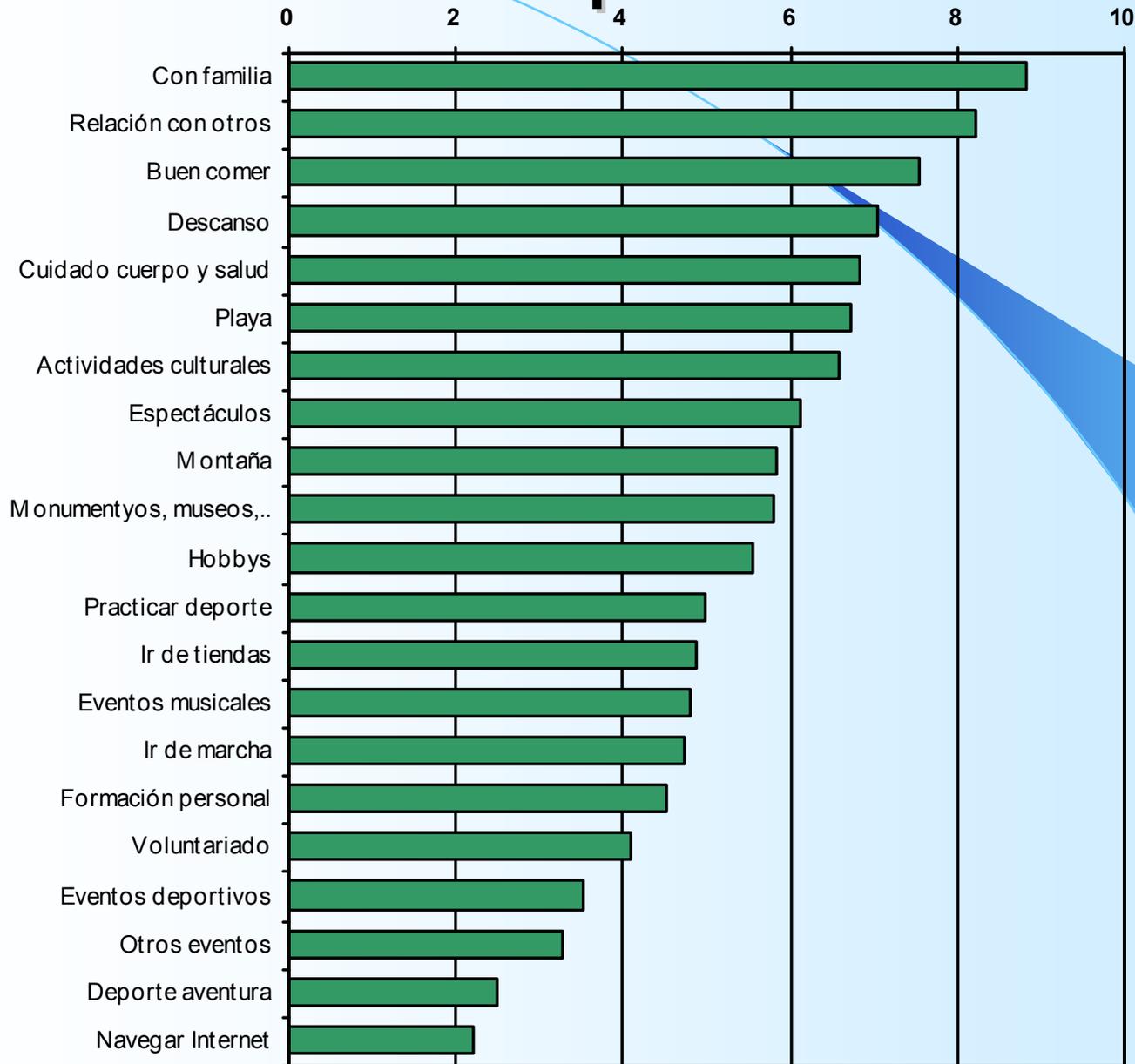
Factores de decisión (2)





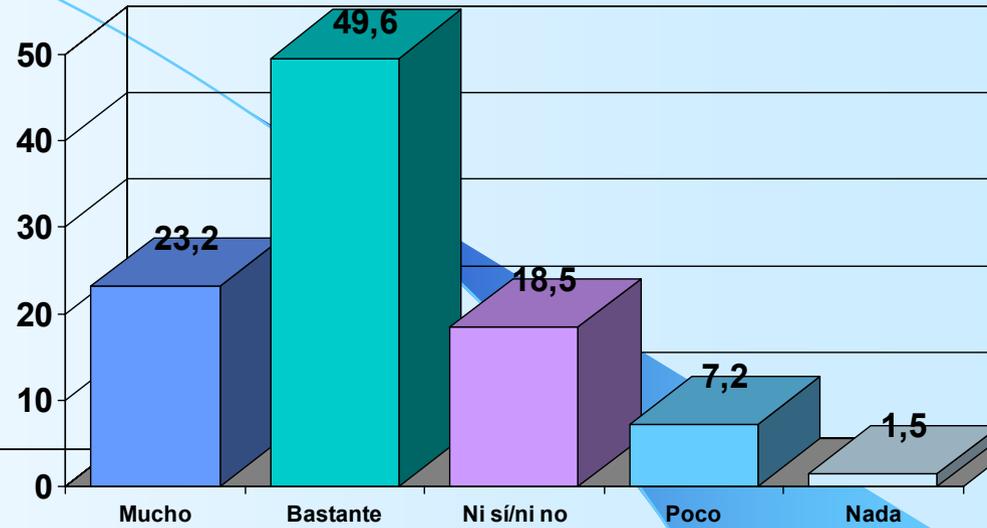
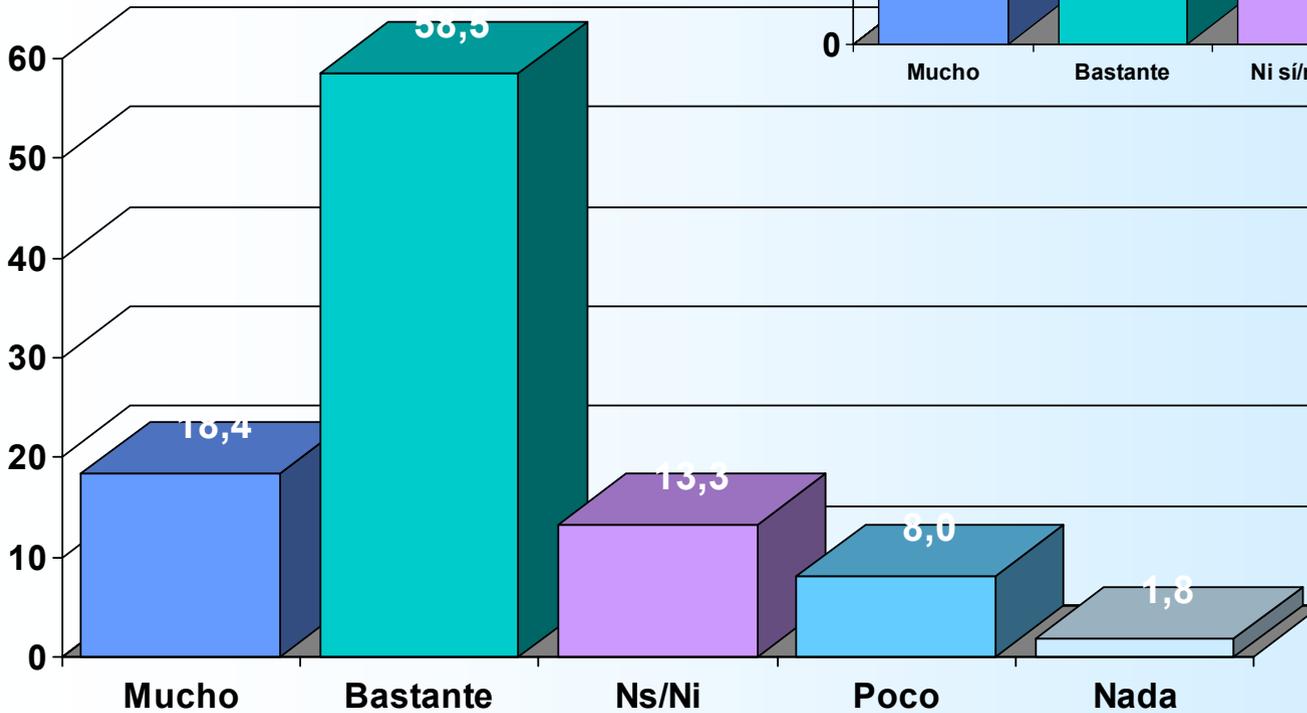
Actitudes frente al ocio

Preferencia por actividades



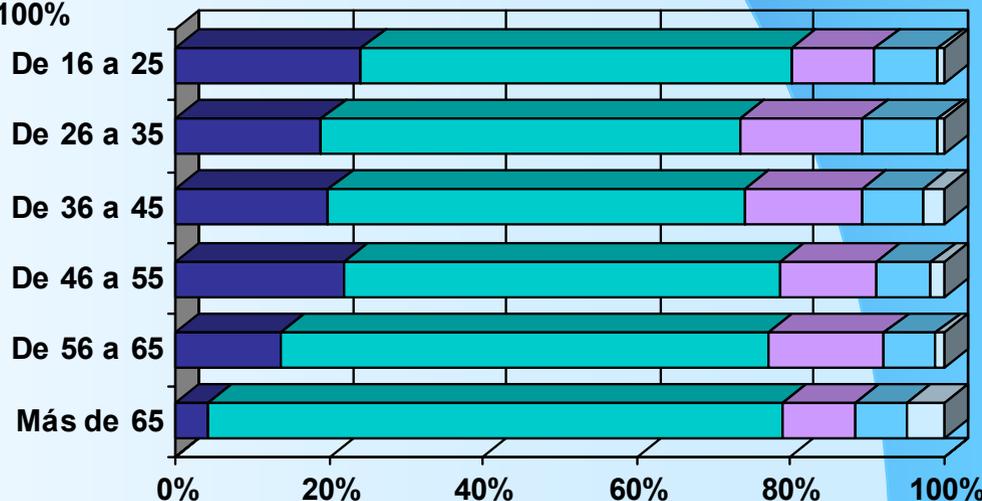
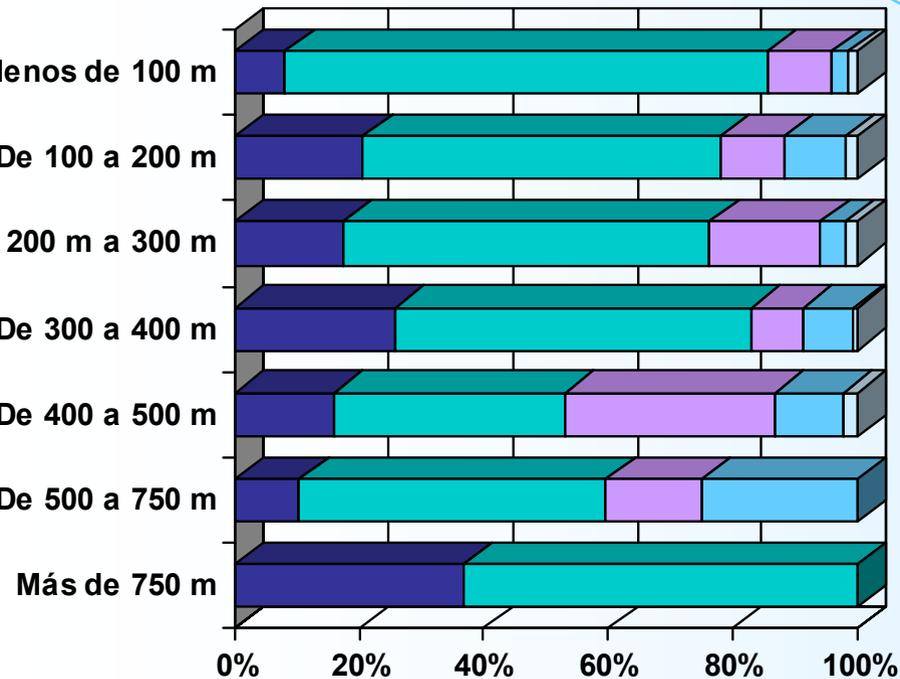


Satisfacción con el ocio



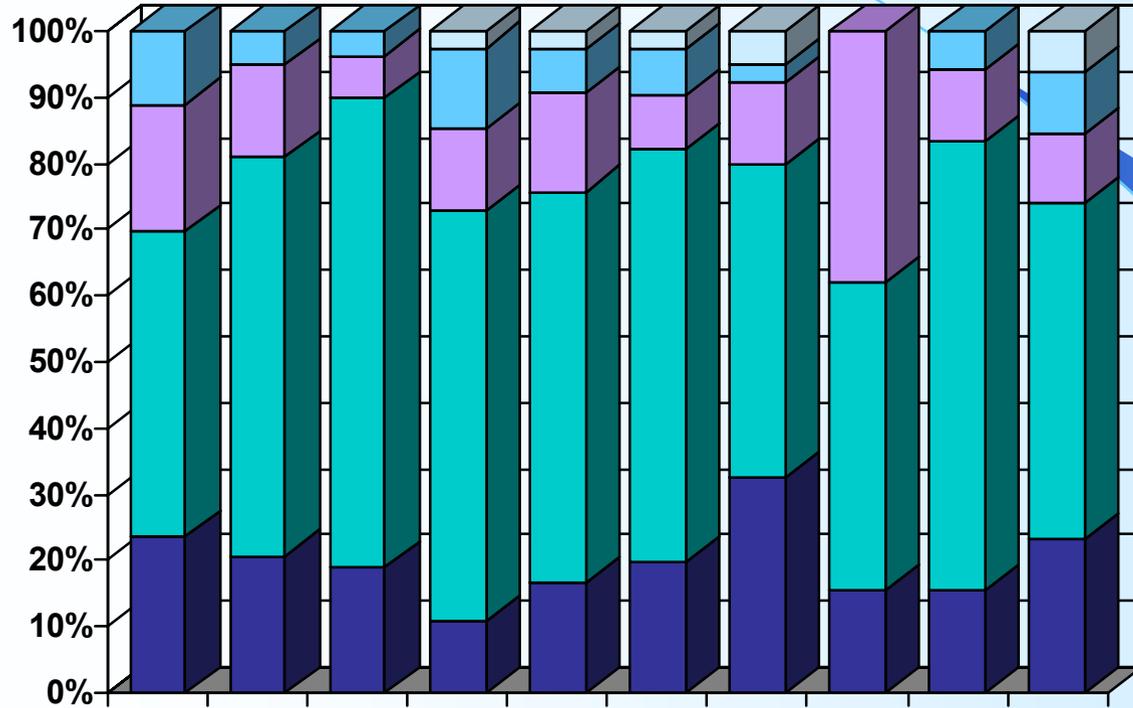


Satisfacción con el ocio



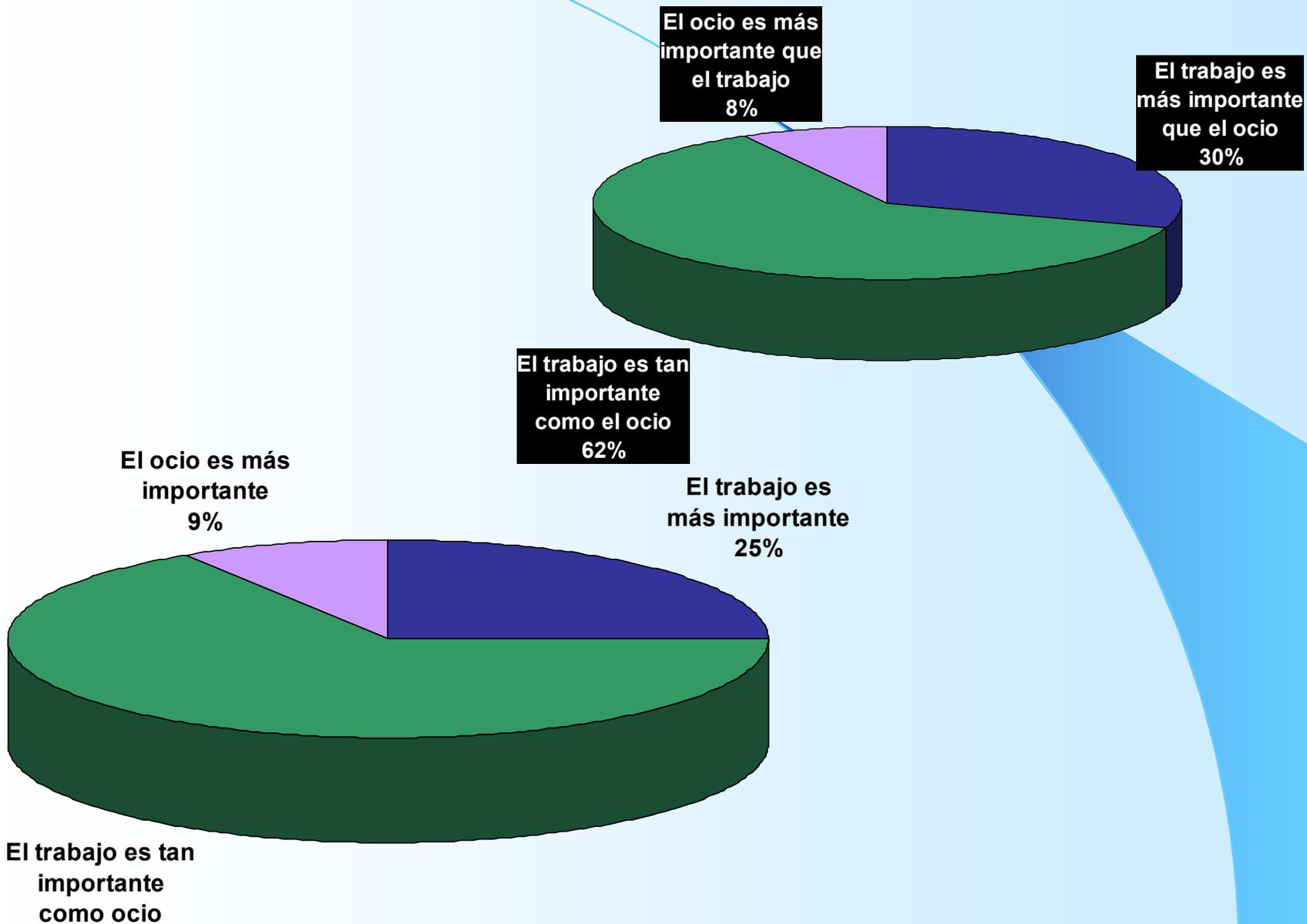


Análisis por ociotipos

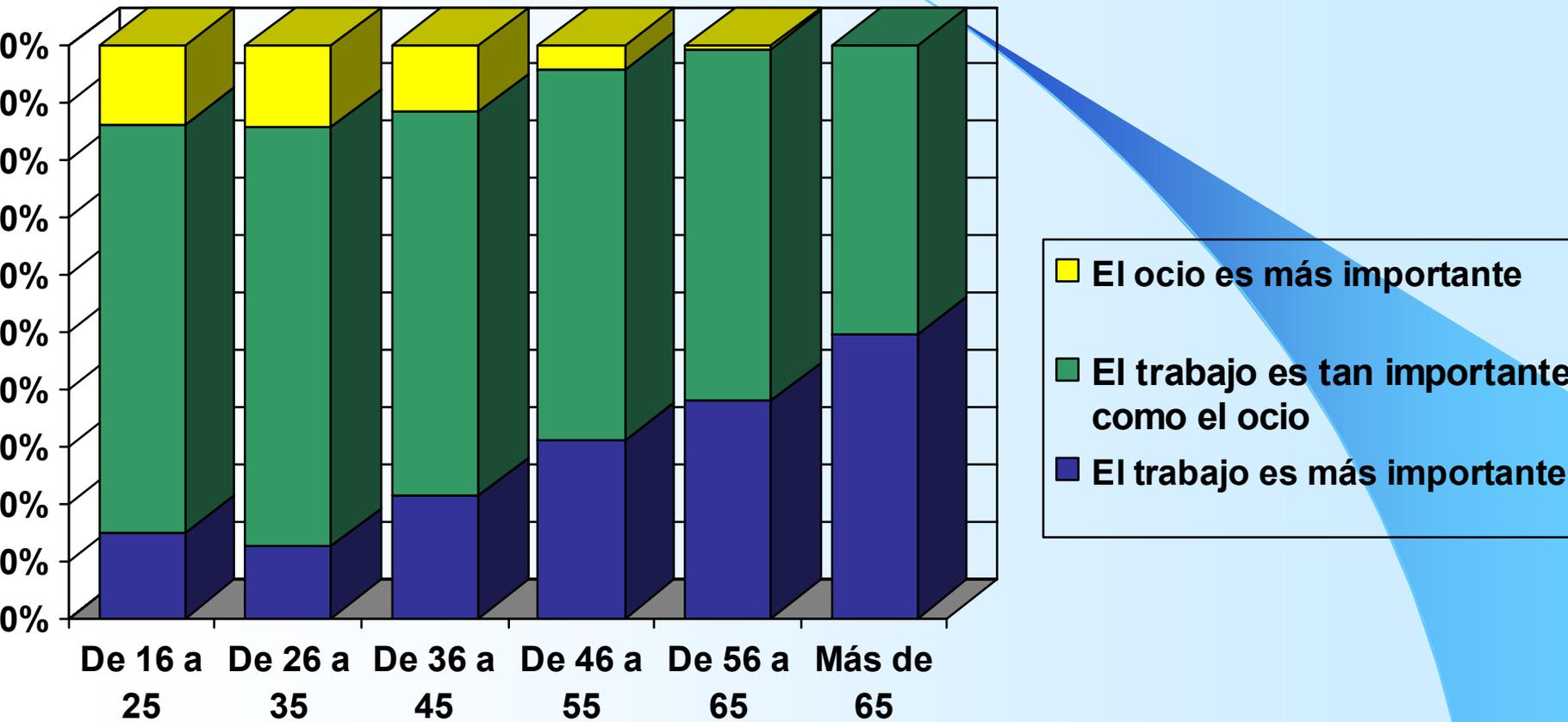


- Nada satisfecho
- Bastante insatisfecho
- Ni satisfecho/ni insatisfecho
- Bastante satisfecho
- Muy satisfecho

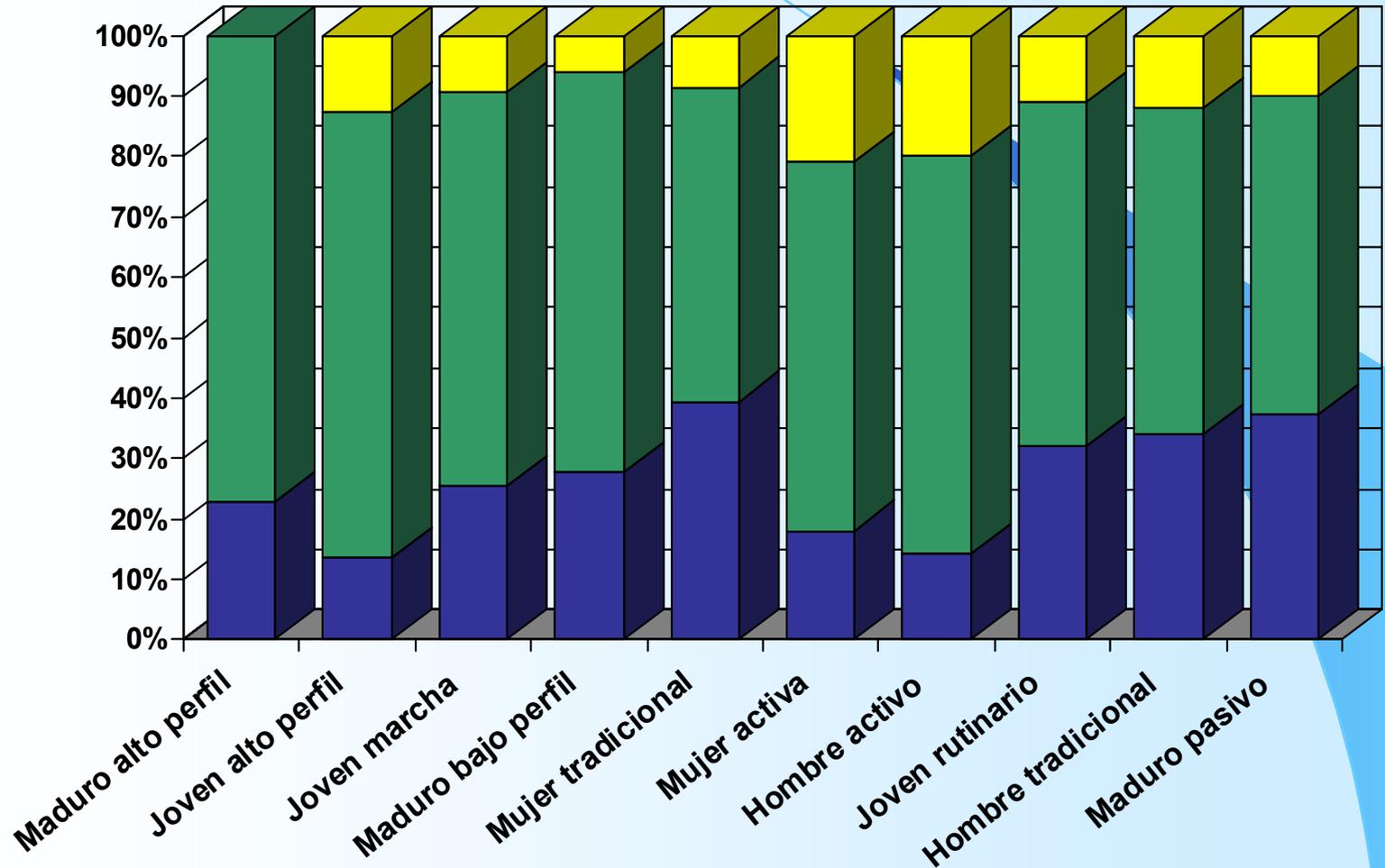
Importancia relativa



Importancia relativa



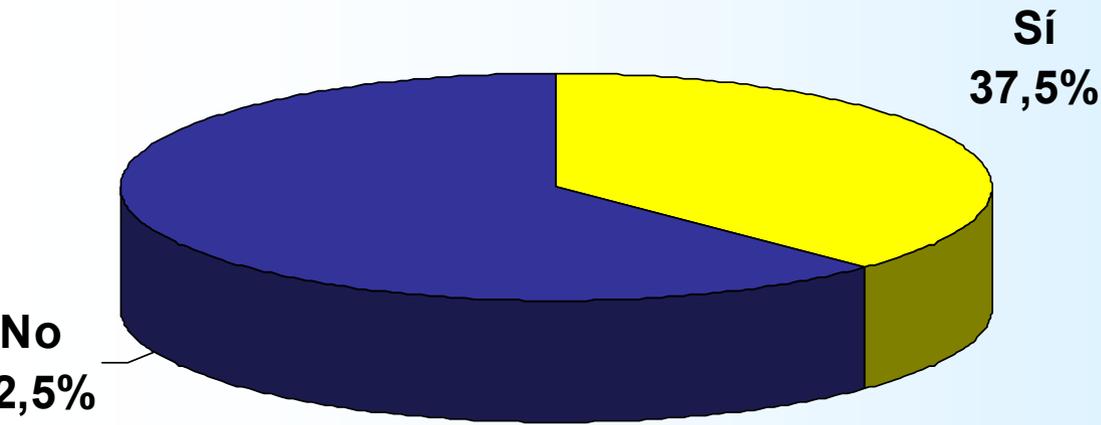
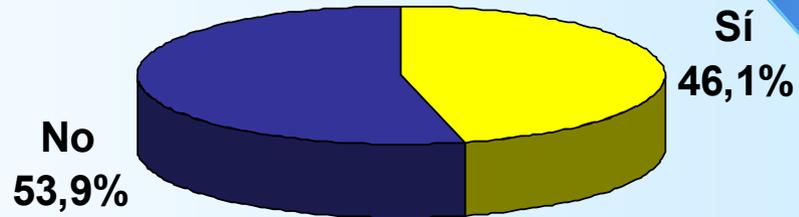
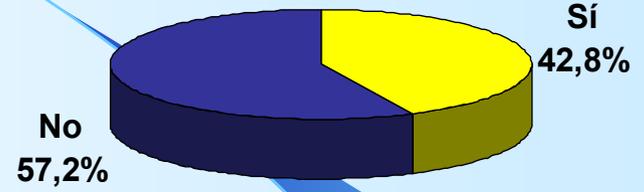
Análisis por ocliotipos



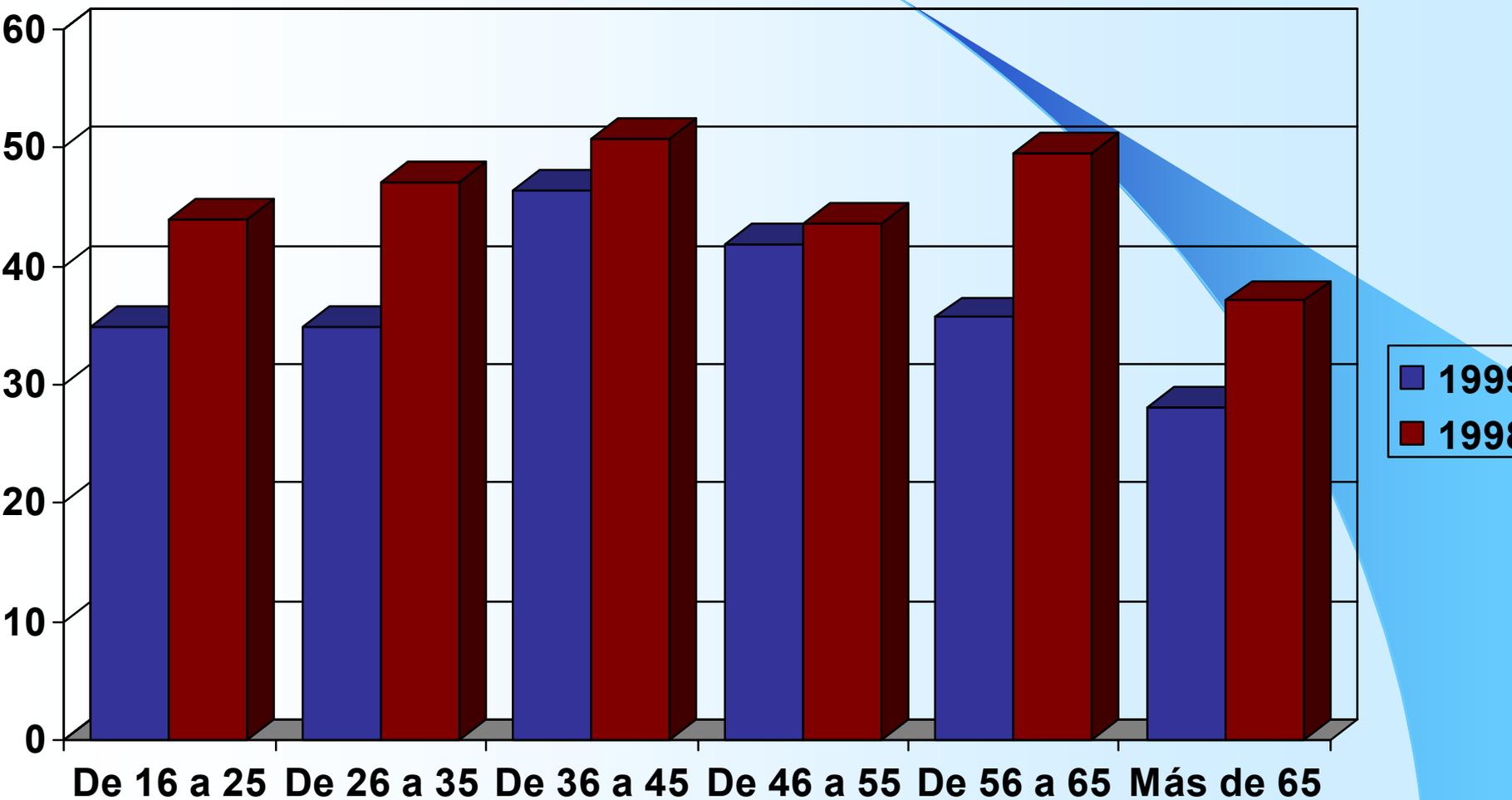
■ El trabajo es más importante ■ El trabajo es tan importante como el ocio ■ El ocio es más importante



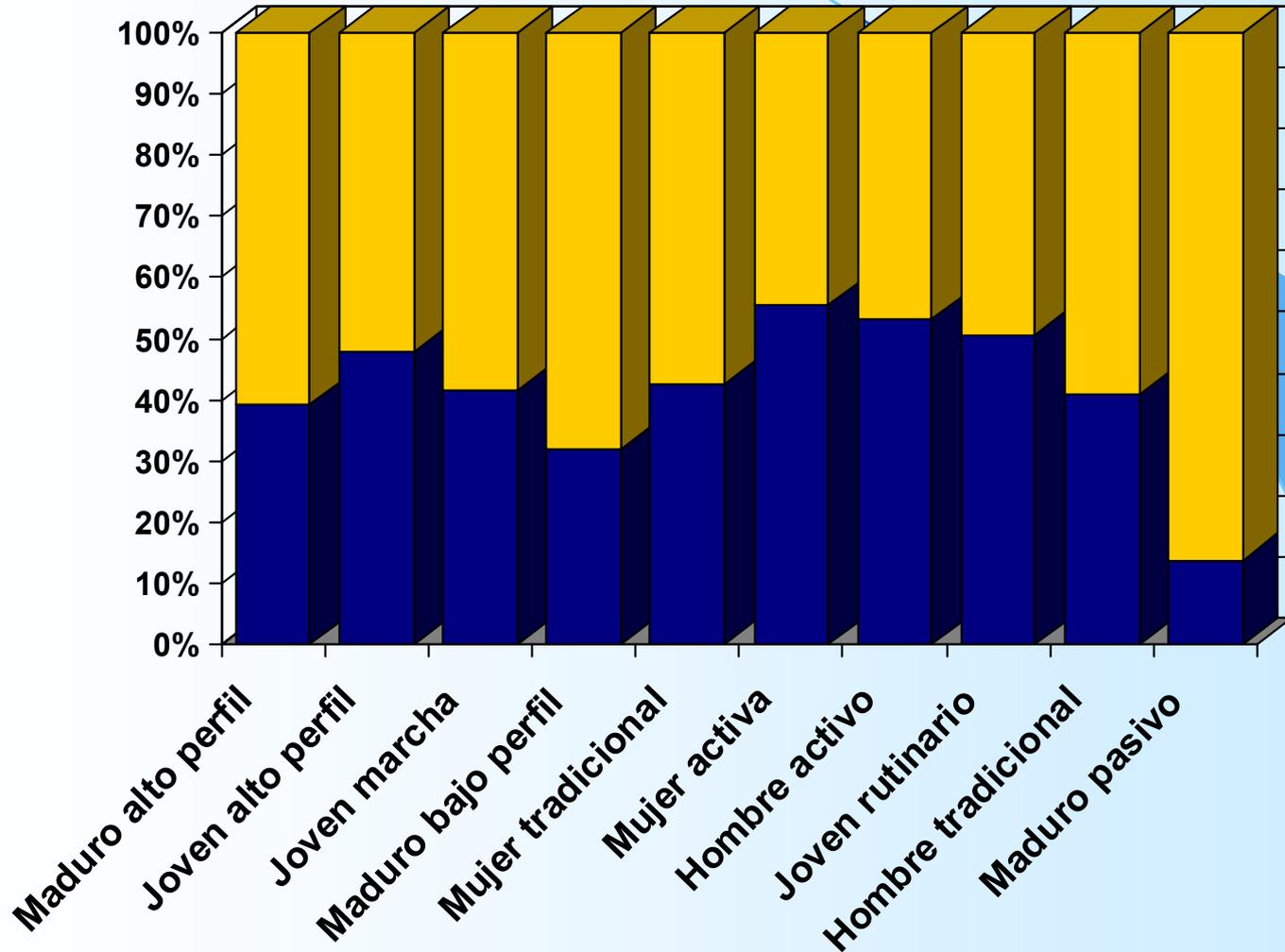
Reducir 10% jornada laboral



Análisis por edades

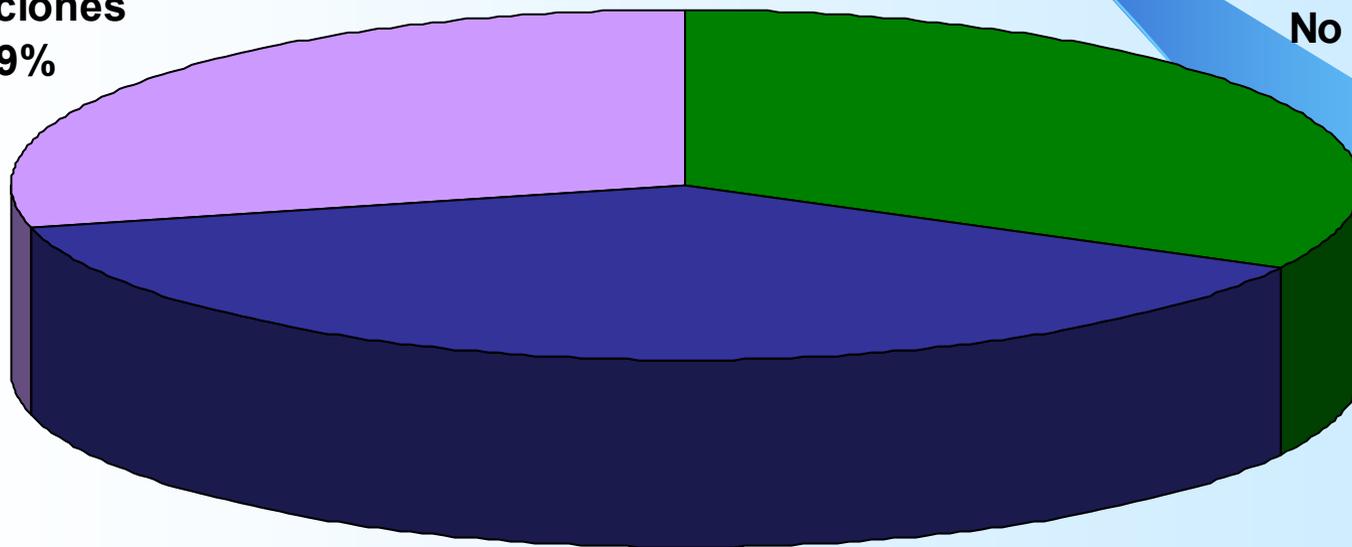


Análisis por ocliotipos



Reducción jornada laboral

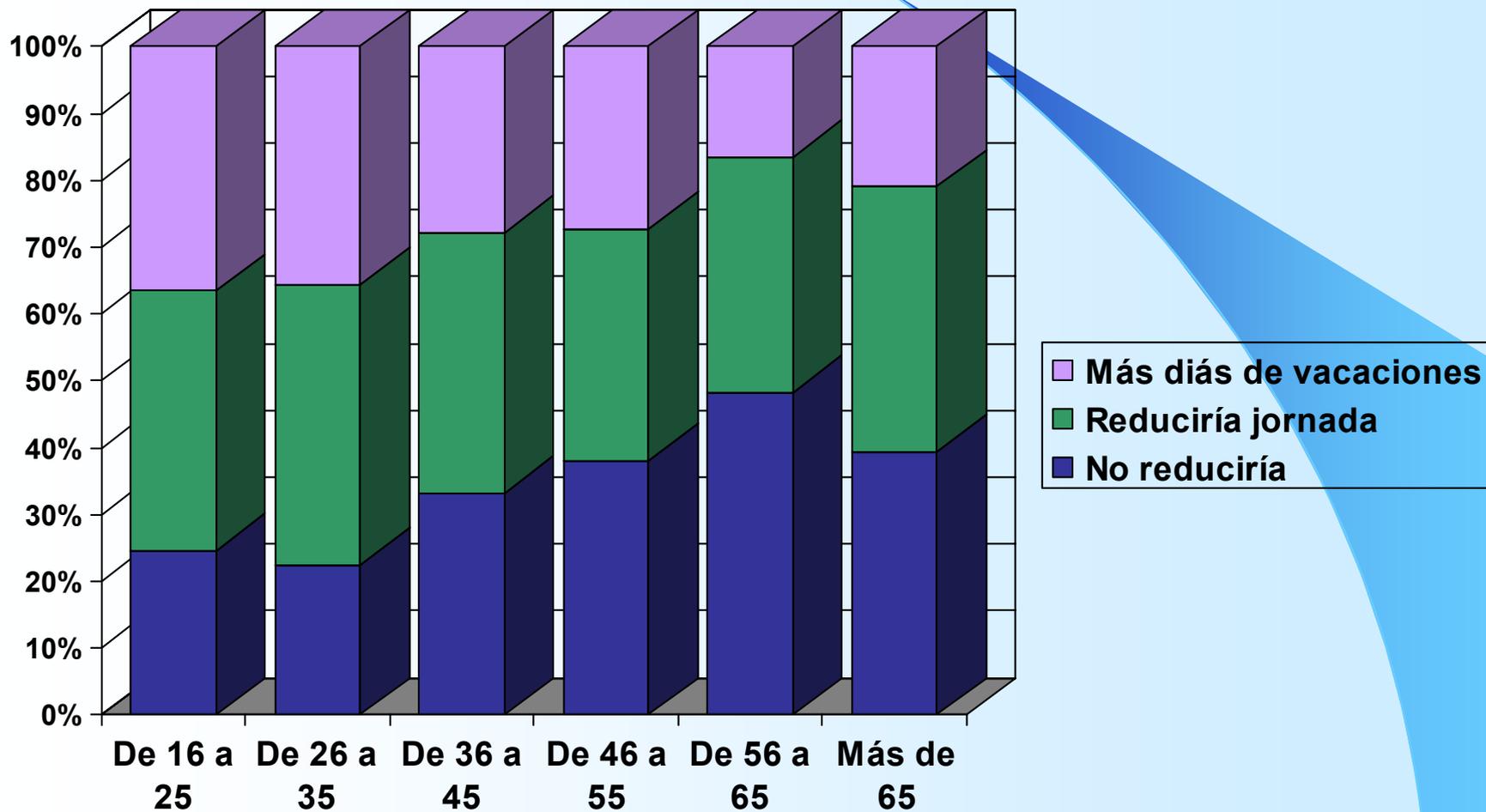
Más días de
vacaciones
29%



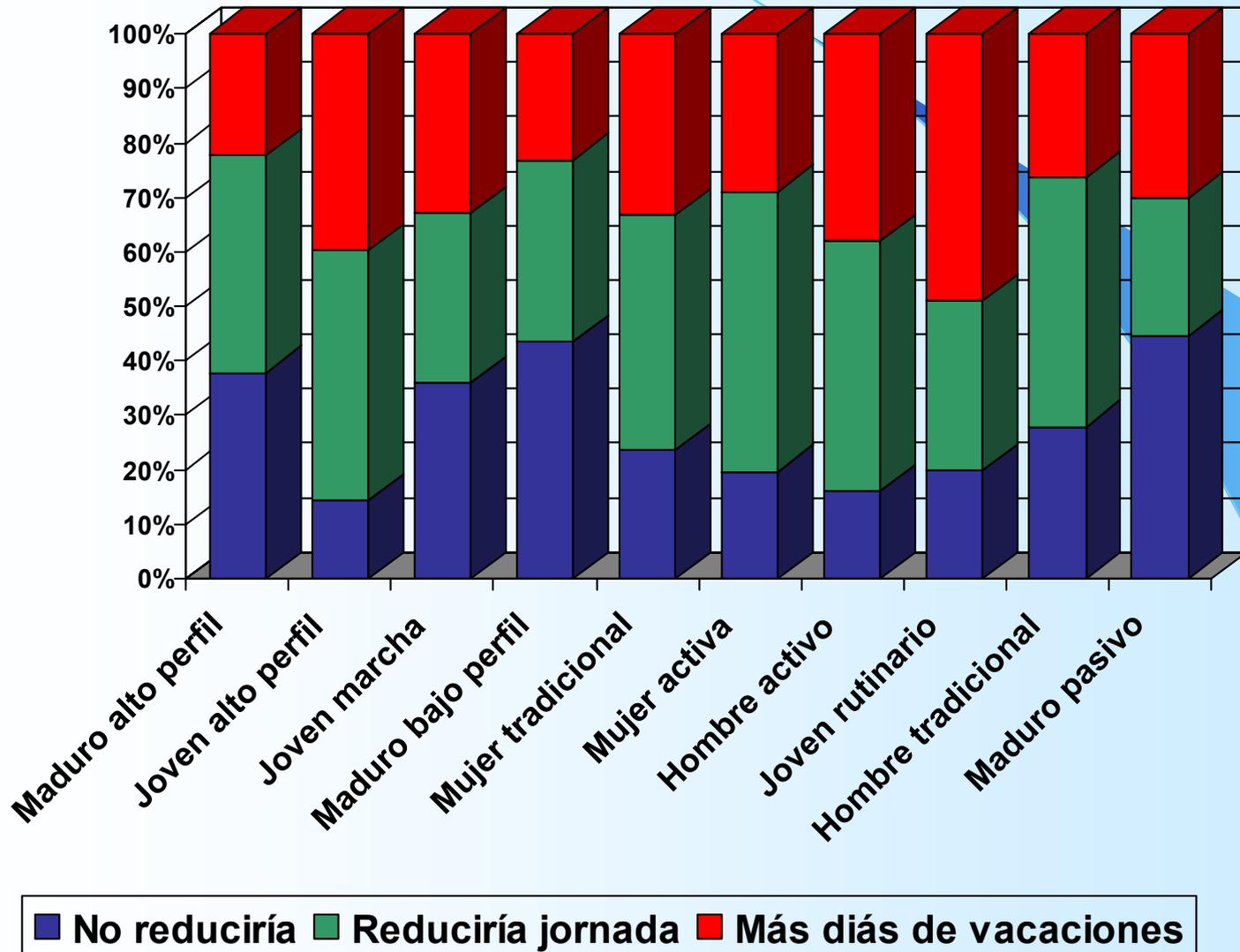
Reduciría
jornada
38%

No reduciría
33%

Reducción jornada laboral



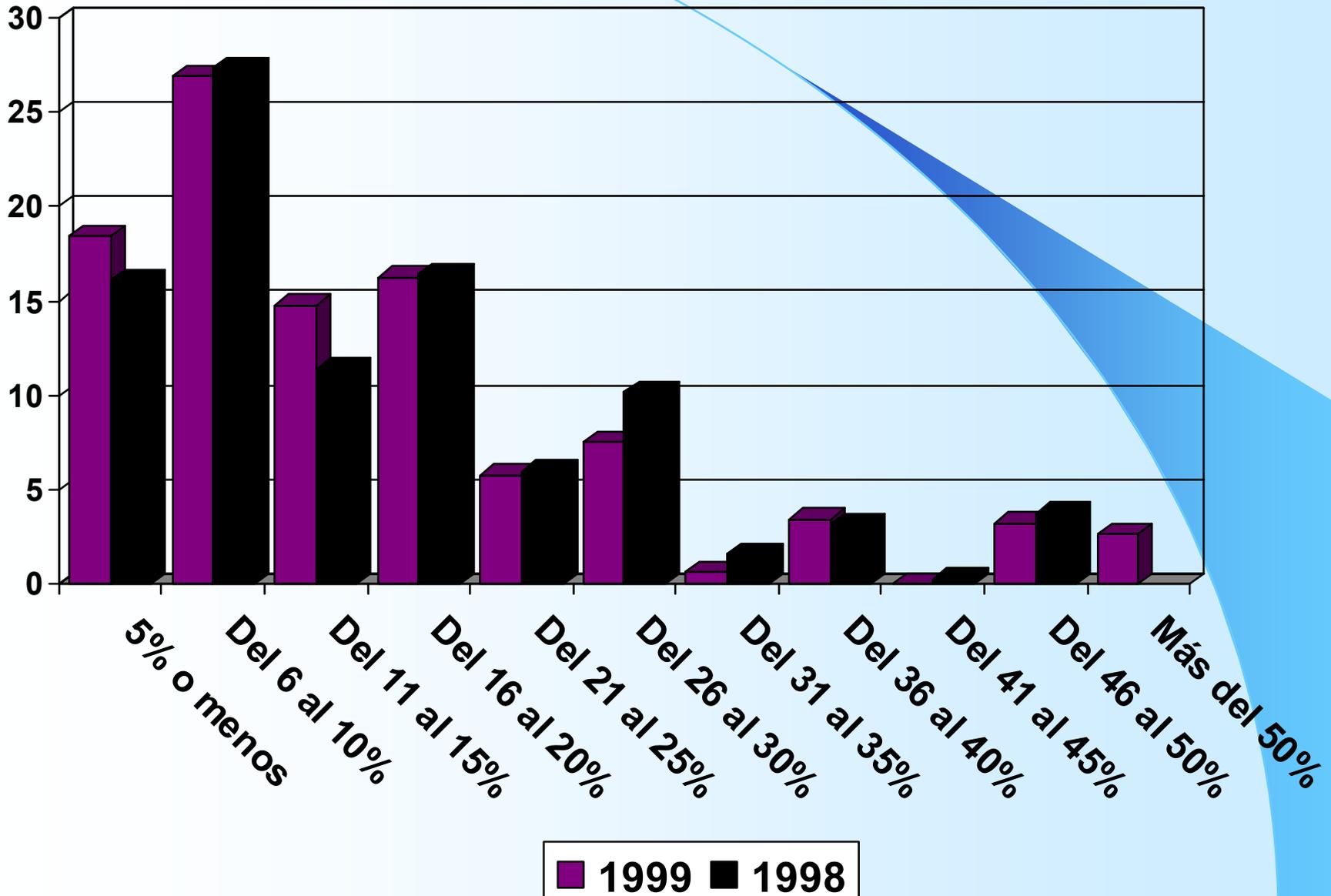
Análisis por ocliotipos



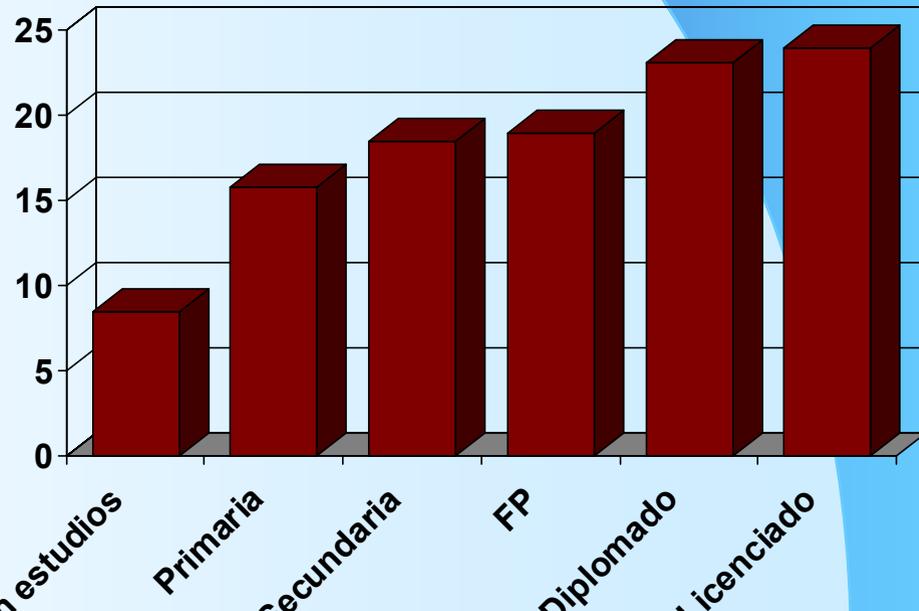
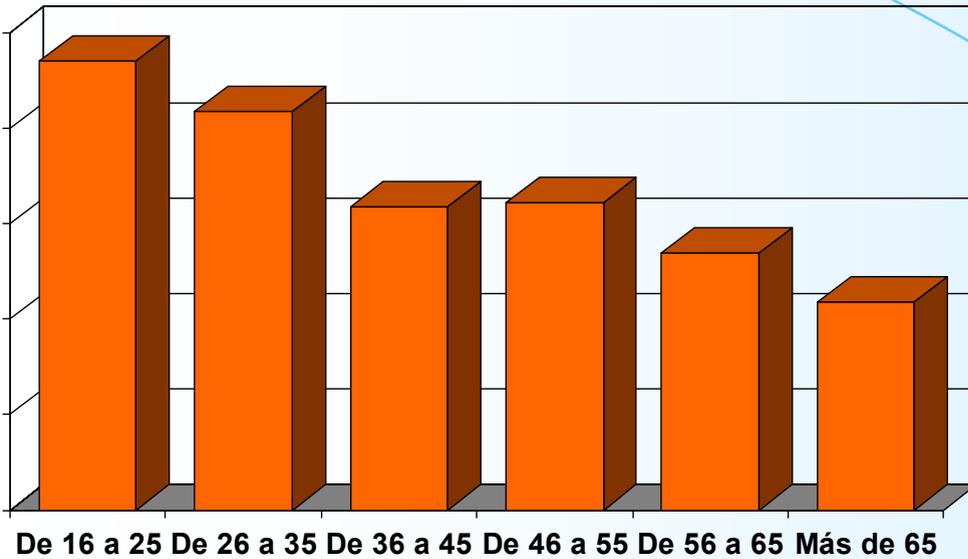


Aspectos económicos

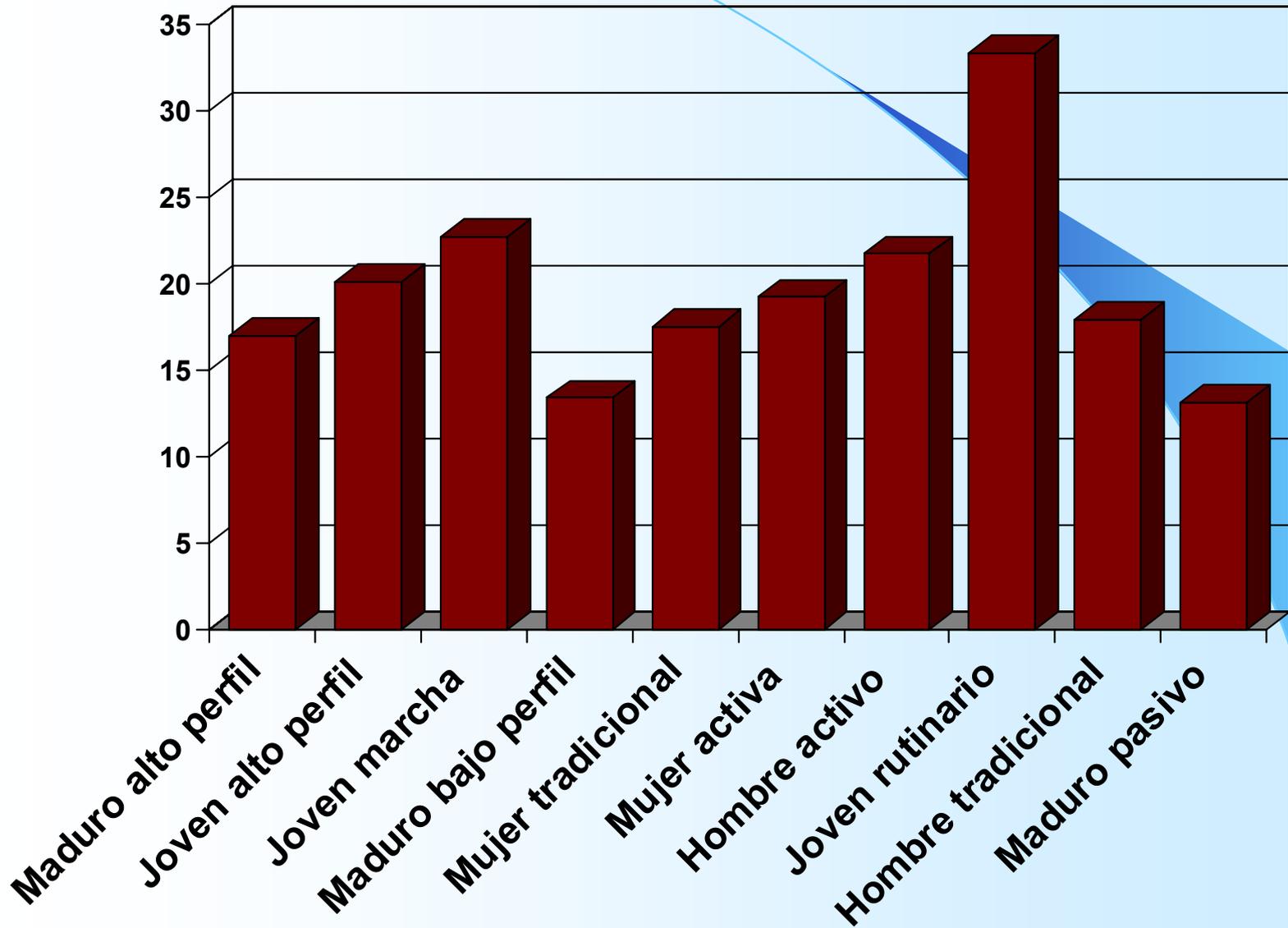
Presupuesto dedicado ocio



Porcentaje presupuesto

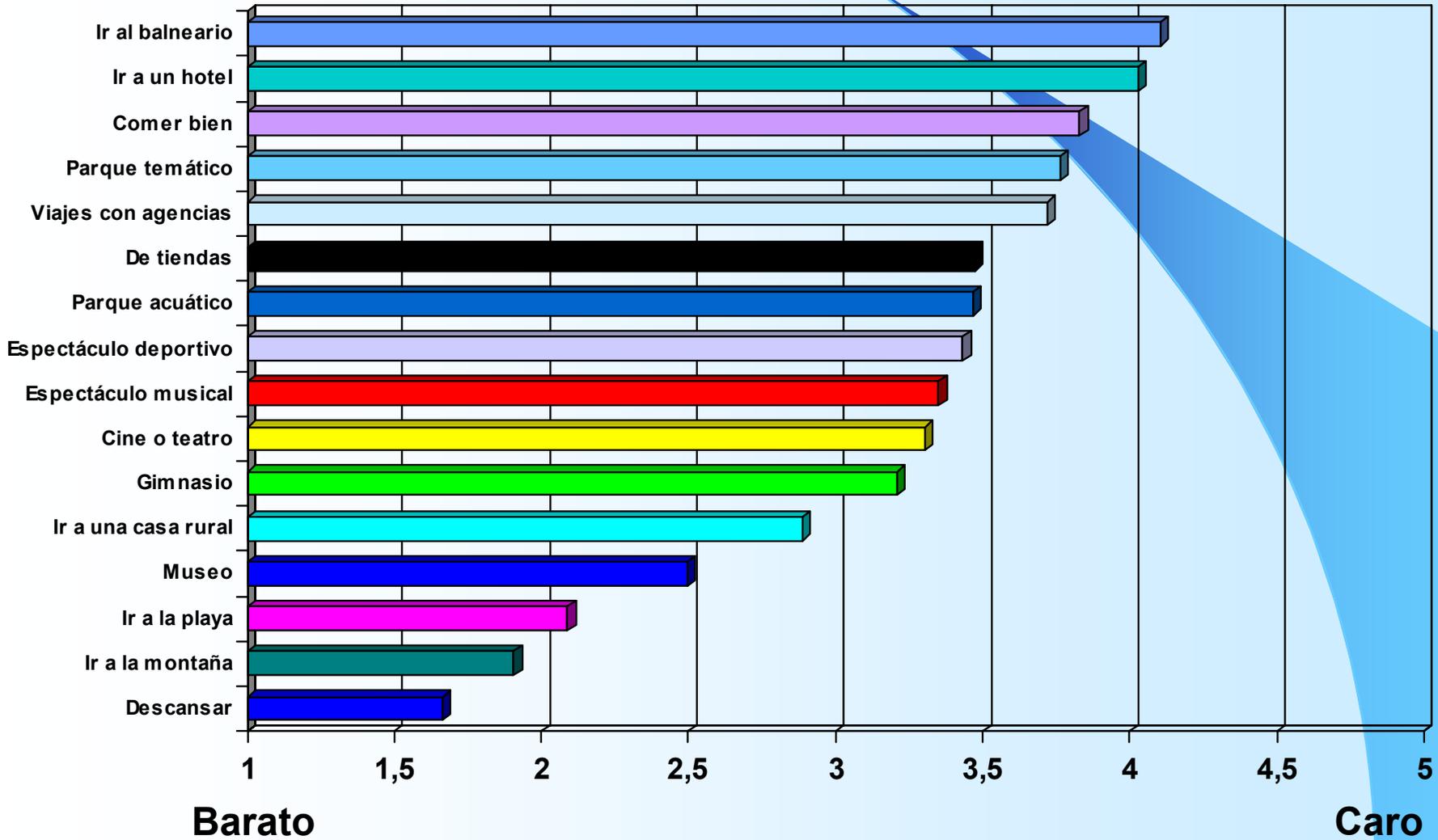


Análisis por ocliotipos





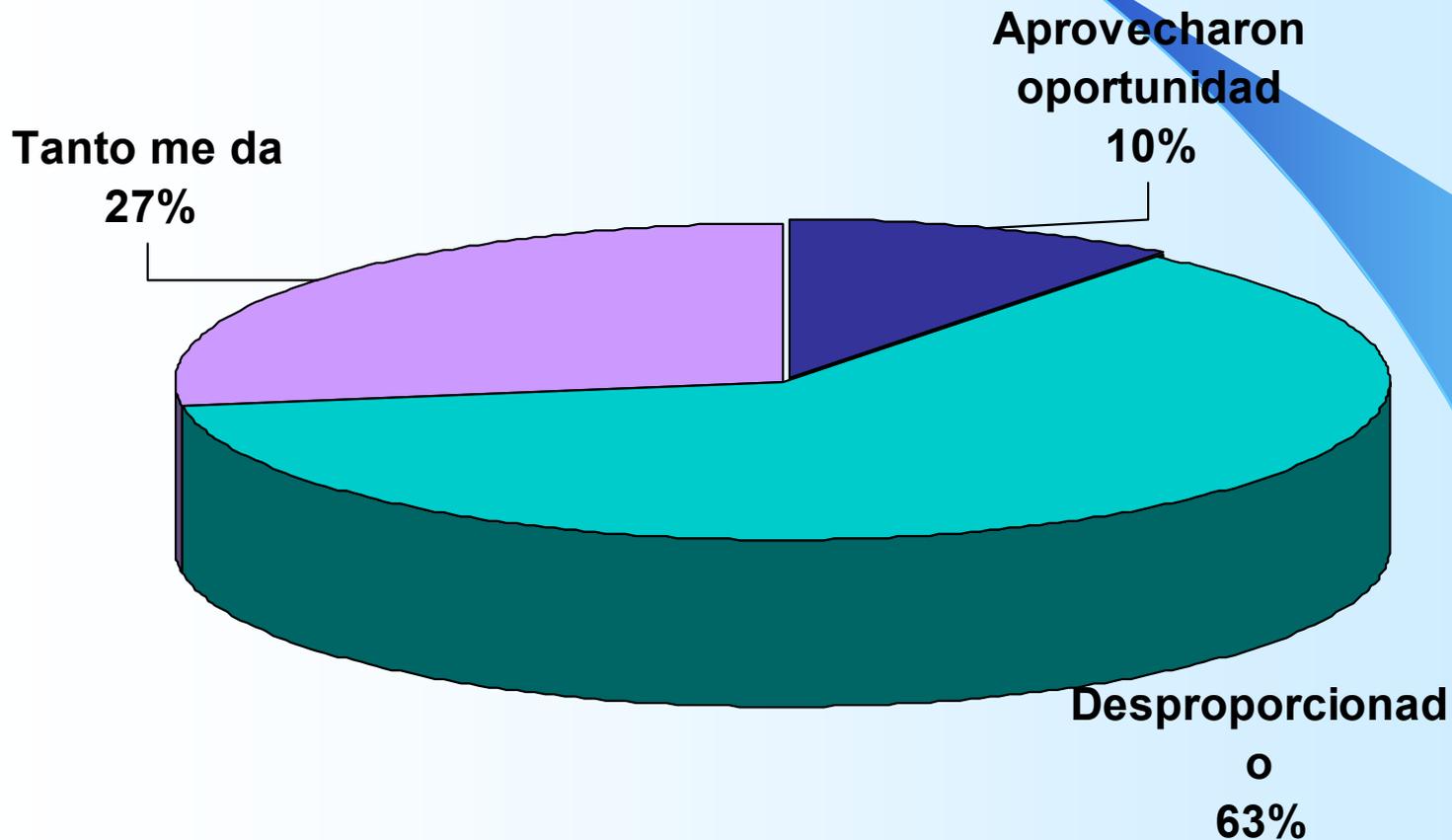
Valoración de precios





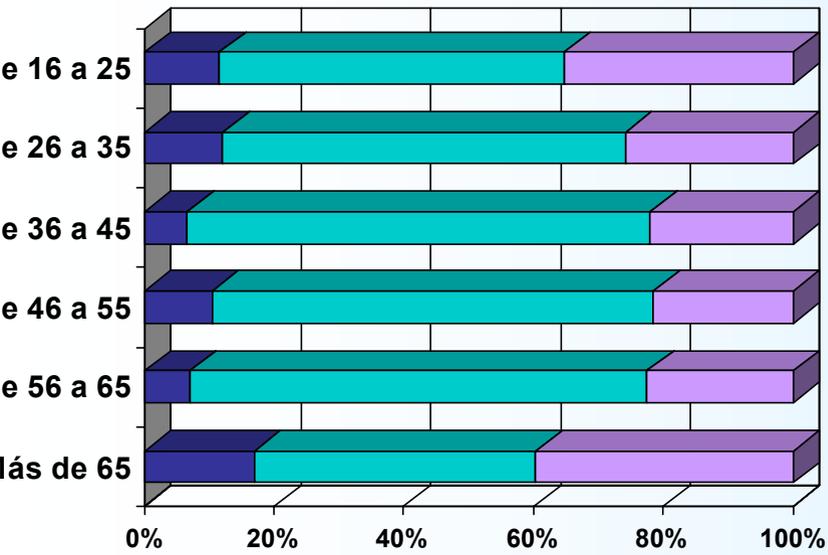
Valuación "fin de milenio"

Valoración precios “fin de milenio”

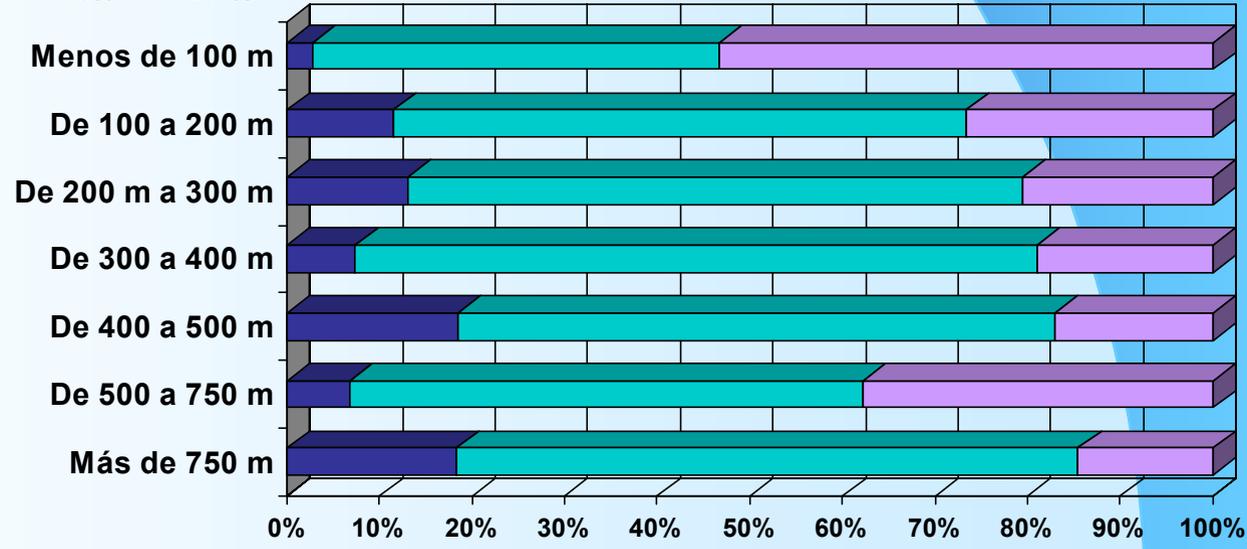




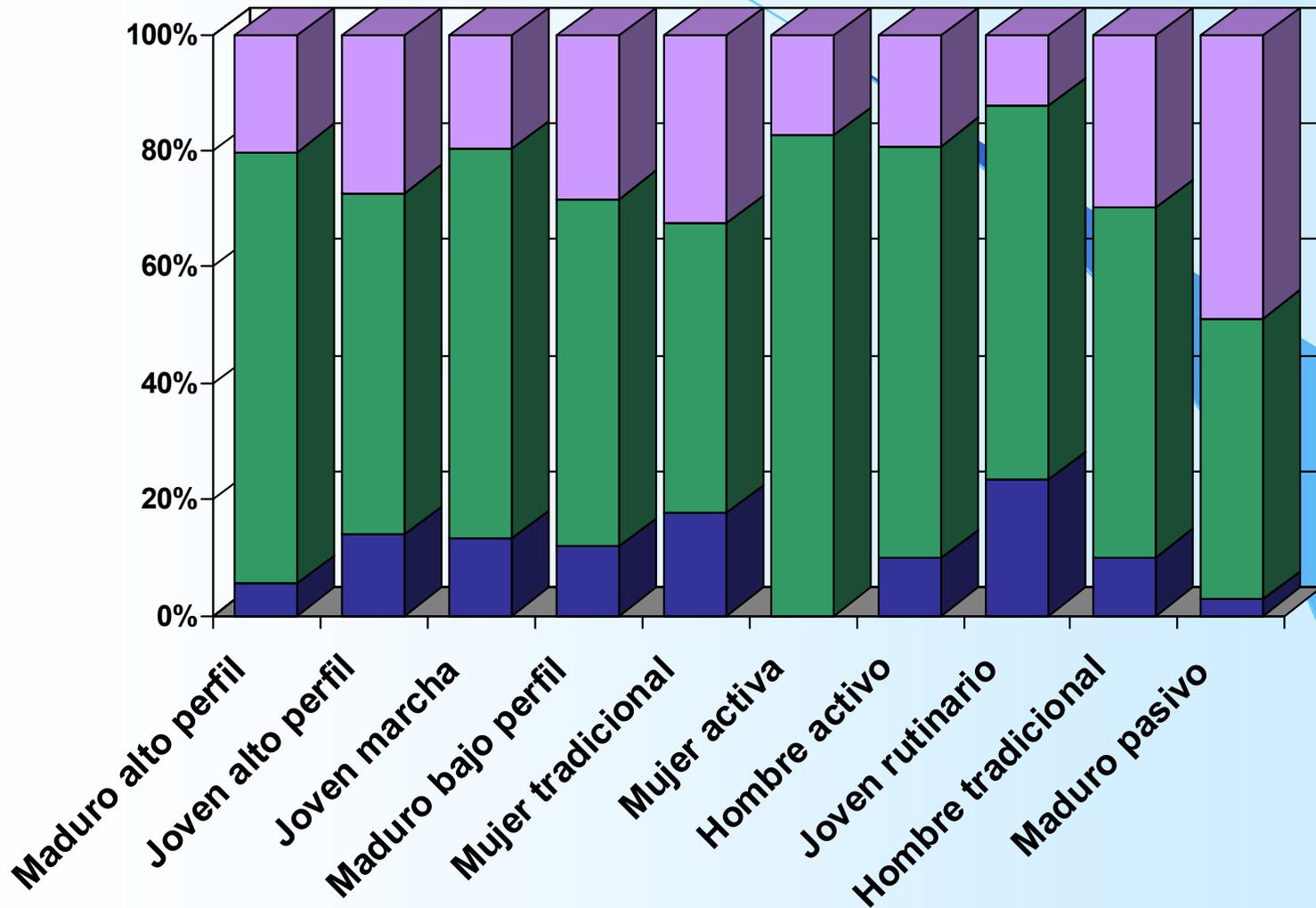
Valoración “fin de milenio”



■ Aprovecharon oportunidad
■ Desproporcionado
■ Tanto me da



Análisis por ocliotipos



■ Aprovecharon oportunidad ■ Desproporcionado ■ Tanto me da