



# OCIOTIPOS EUROPEO

## Packs de Actividade

### ESADE - 200

#### **DIRECCIÓN:**

**Joan Sureda ,Director del Departamento de Métodos Cuantitativos ESADE**

**Josep -Francesc Valls , Director Centro Dirección Turística ESADE**

# Introducción

Ociotipos es una metodología de ESADE que analiza las preferencias de los ciudadanos europeos en cuanto a las actividades de ocio.

Este documento presenta un análisis inverso de dicha metodología con el fin de identificar qué Ociotipos son los principales demandantes de una actividad de ocio determinada.

Adicionalmente, y considerando que cada vez más los consumidores de ocio buscan una respuesta simultánea a distintas necesidades de ocio, hemos tratado de identificar las actividades complementarias que deben ofrecerse a la principal con el fin de atender a una perspectiva multicriterio; el consumidor de actividades de ocio no busca una única cosa sino satisfacer múltiples actividades al mismo tiempo.

Se han generado nueve Packs de actividades o mapas de intereses principales. Así, el Pack se entiende como el conjunto de ofertas.

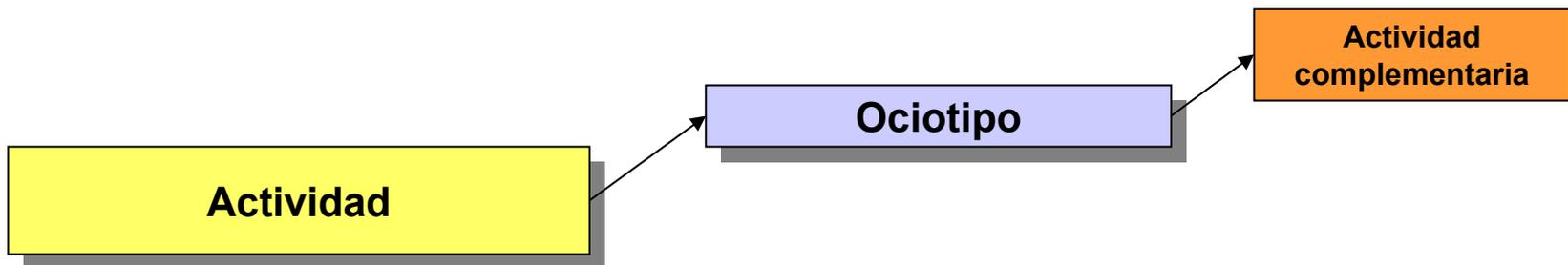
# Metodología utilizada

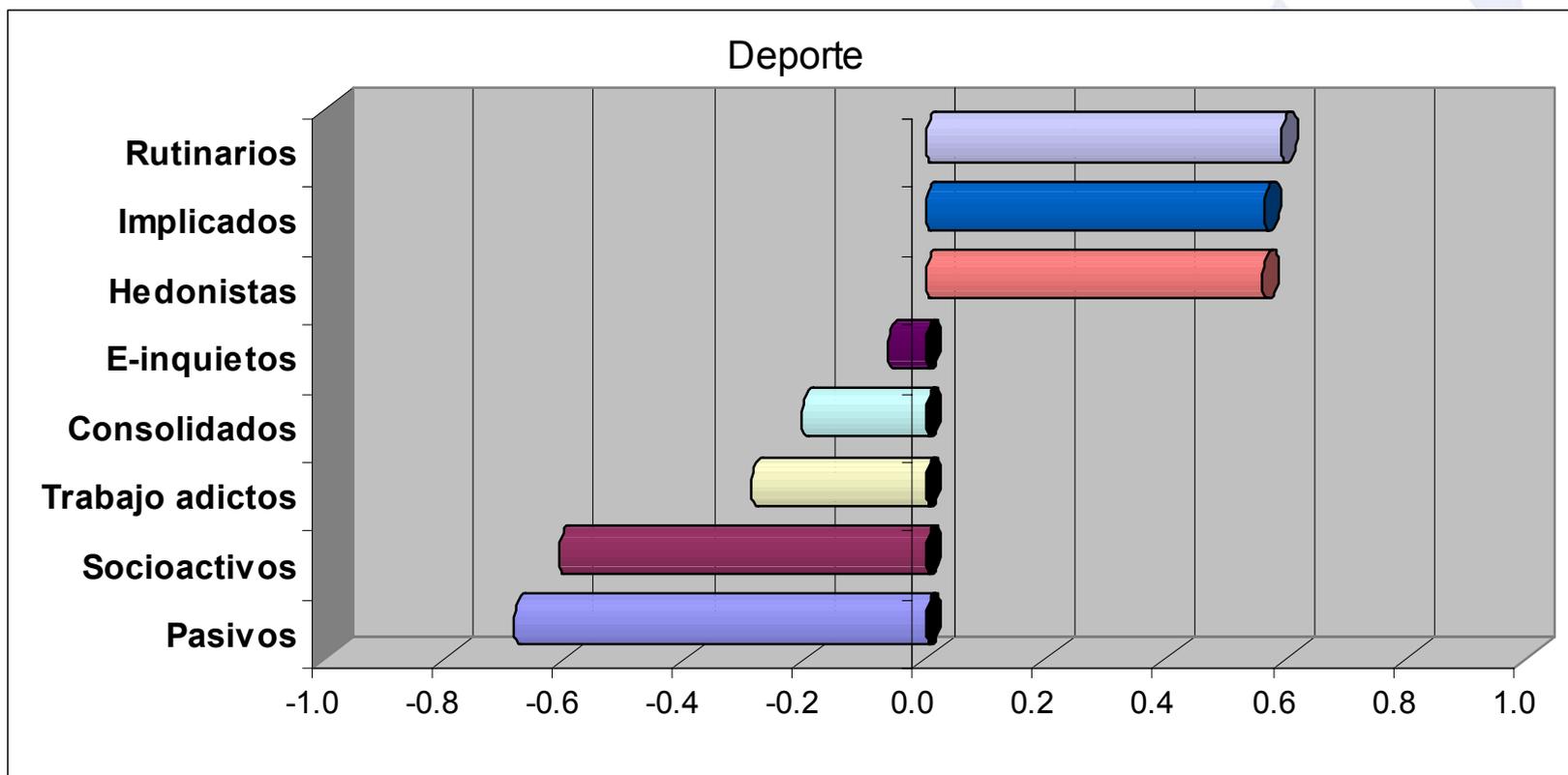
Las tipologías de Ociotipos se han creado mediante la utilización de técnicas de clasificación bajo el criterio de preferencias de los ciudadanos, identificándose las ocho siguientes:

- Hedonistas, E-Inquietos, Trabajoadictos, Socioactivos, Implicados, Rutinarios, Consolidados y Pasivos

Para llegar a esta tipología se analizaron veintiuna actividades que se sintetizaron en nueve grandes dimensiones:

- Deportes, Entretenimiento y diversión, Cultura y educación, Actividades educativas, Relajación/hedonista, Actividades sociales, Multimedia pasiva, Sol y playa, Aire libre





Índice de atractividad de los distintos Ociotipos por la actividad

# DEPORTE

Incluye la práctica de deporte, deporte de aventura y asistencia a eventos deportivos.

Rutinarios

Formación Activa

Multimedia Pasivo

Implicados

Formación Activa

Cultura

Rélex Hedonismo

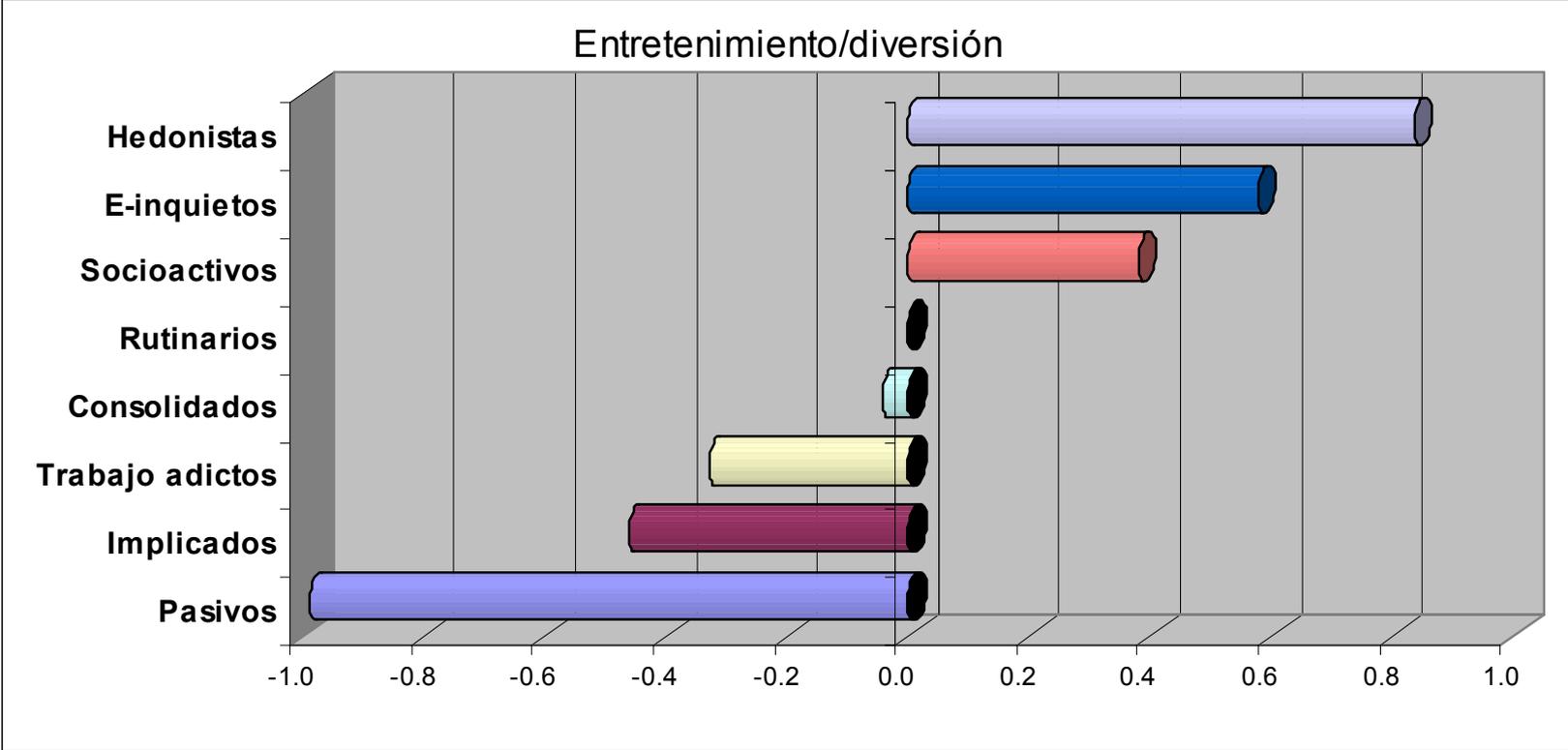
Aire Libre

Hedonistas

Entretenimiento Diversión

Relación Social





Índice de atractividad de los distintos Ociotipos por la actividad

# ENTRETENIMIENTO DIVERSIÓN

fundamentalmente van de  
parcha (tomar copas).  
también asisten a eventos  
musicales y a otros eventos,  
en a Espectáculos. En  
parte verse con amigos y  
verse con familiares.

## E-Inquietos

Formación Activa

Multimedia Pasivo

Rélex Hedonismo

Sol y Playa



## Hedonistas

Deporte

Relación Social



## Socioactivos

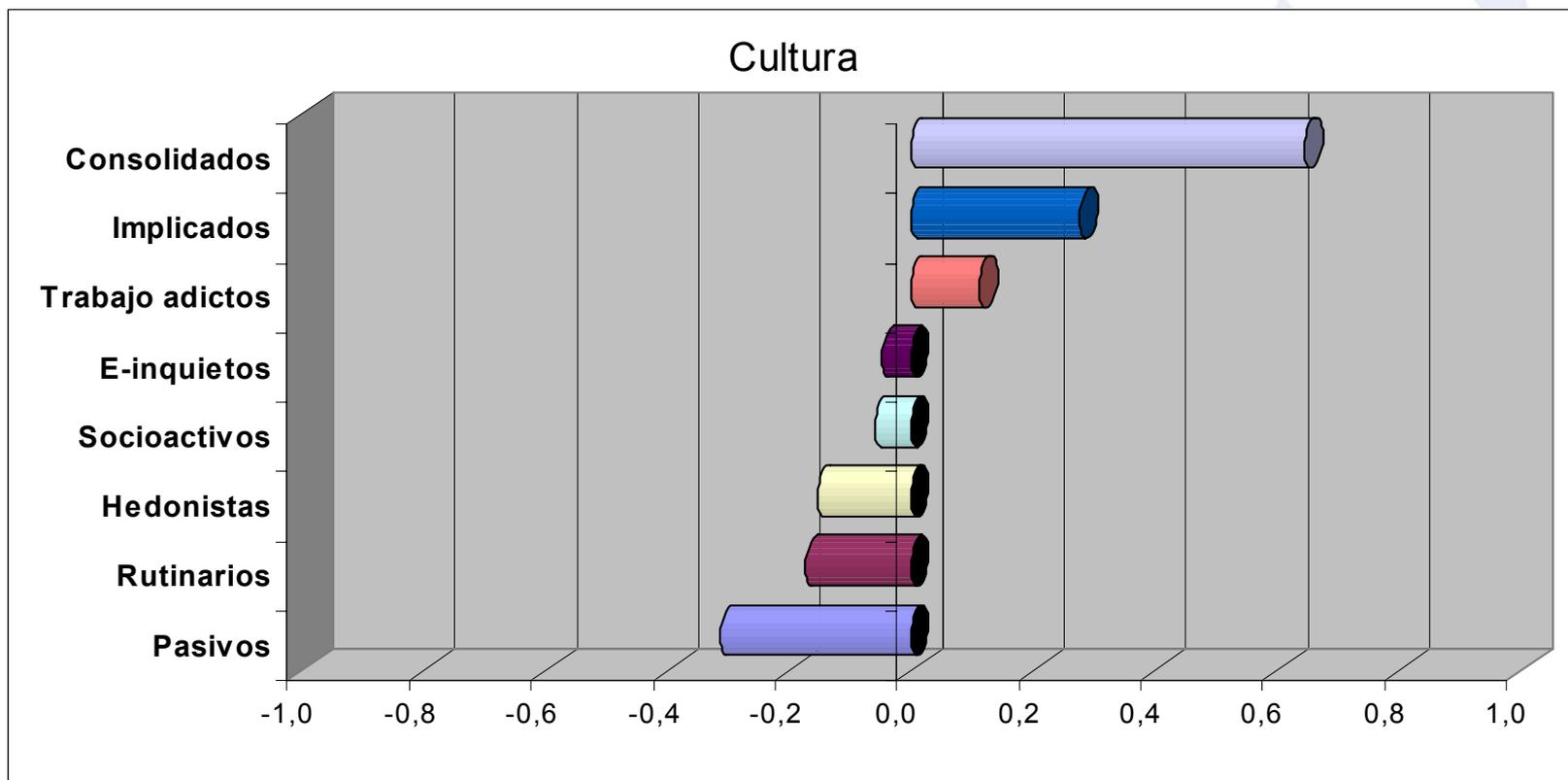
Rélex Hedonismo

Sol y Playa

Aire Libre

Relación Social

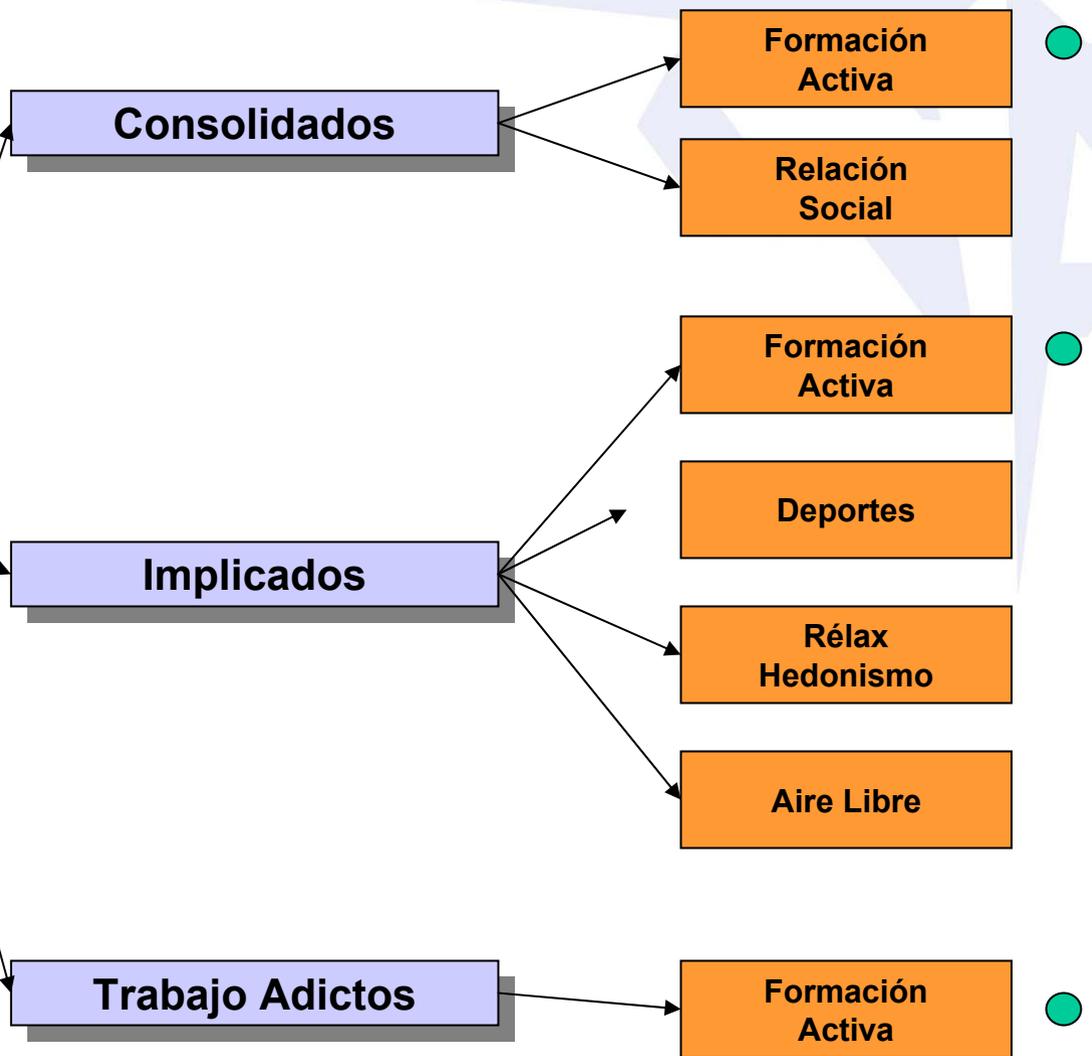


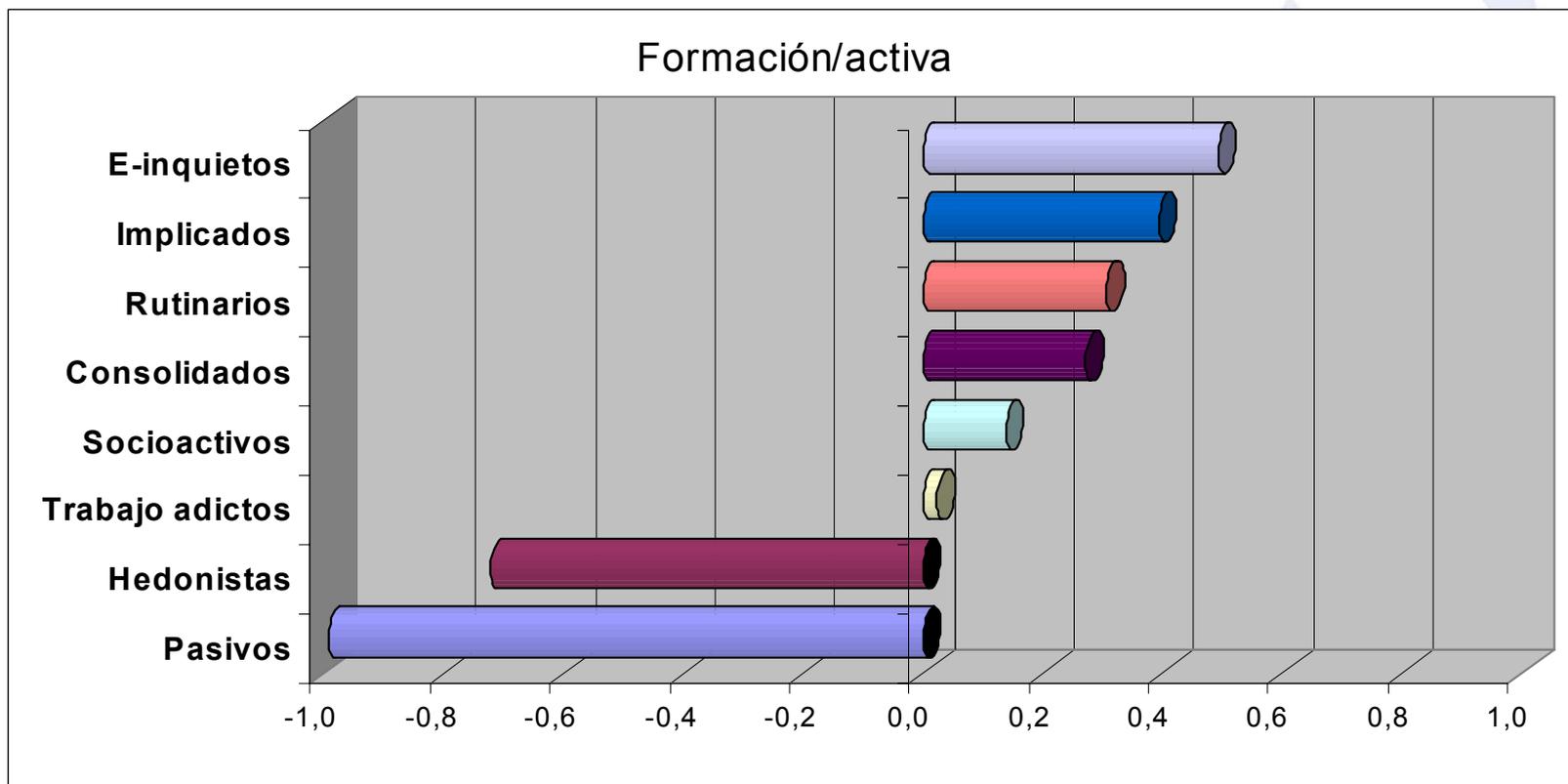


Índice de atractividad de los distintos Ociotipos por la actividad

# CULTURA

Incluye la práctica de actividades culturales, visita a museos, asistencia a eventos musicales, van cine y teatro y otros acontecimientos organizados.

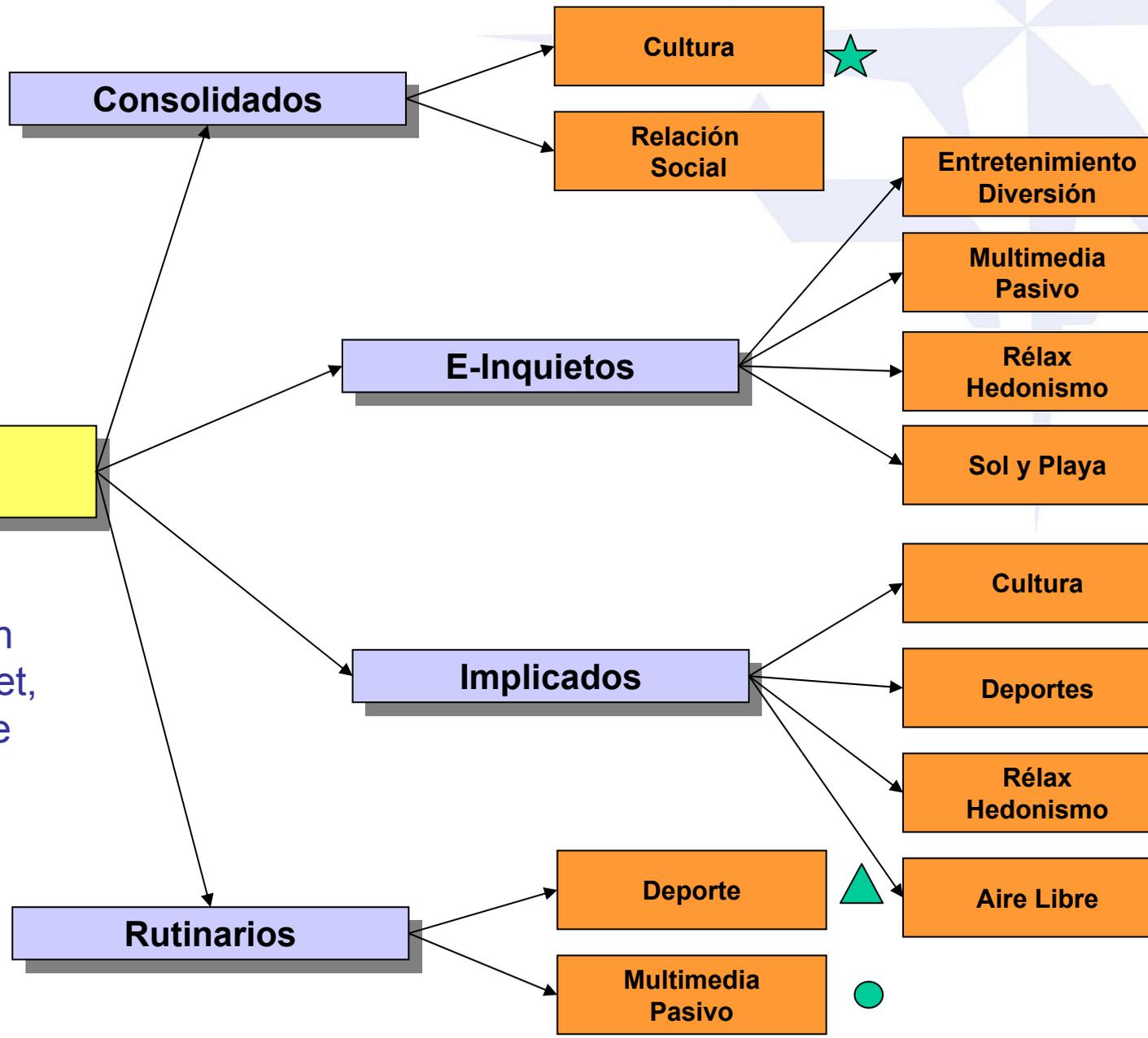


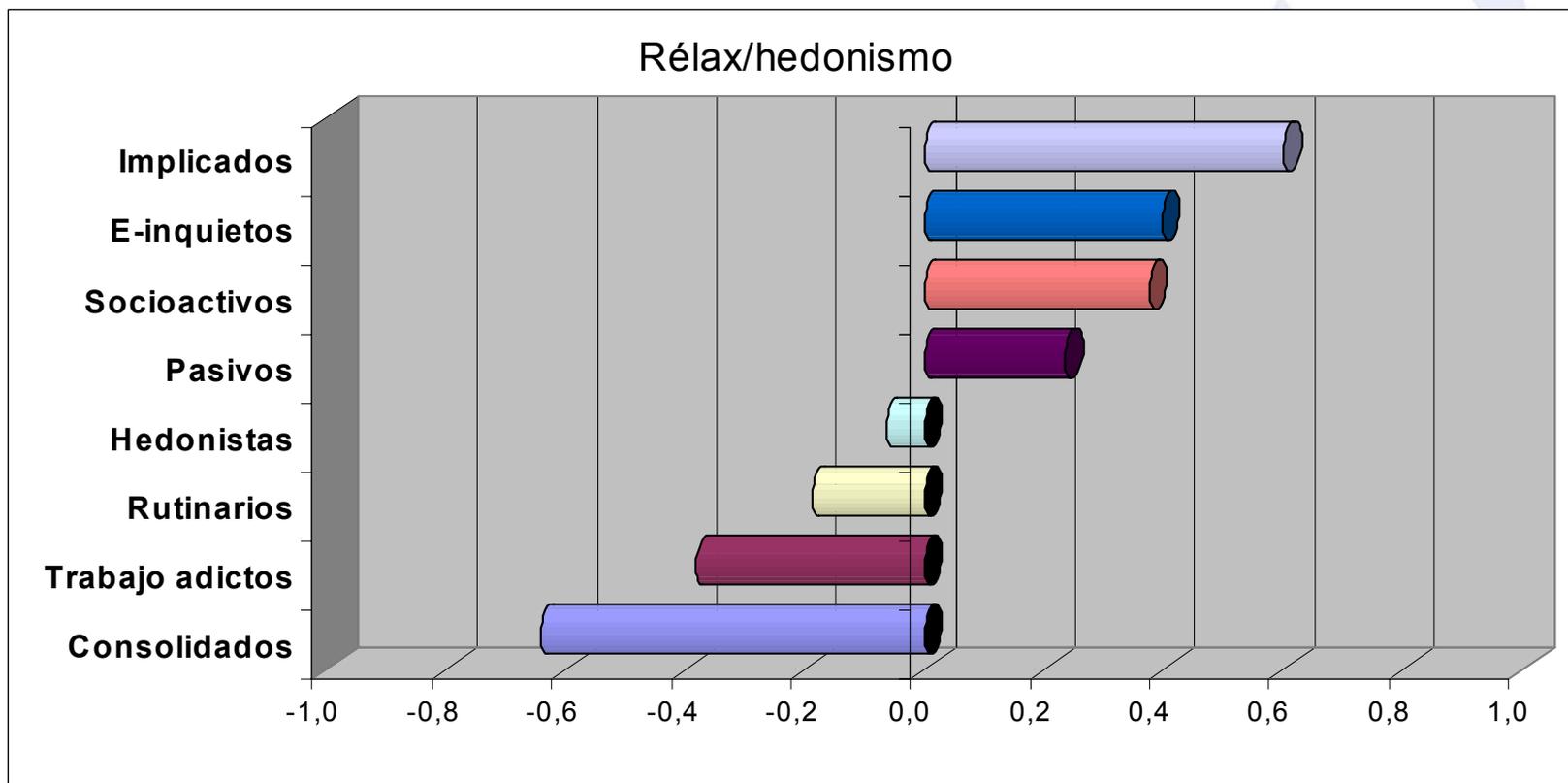


Índice de atractividad de los distintos Ociotipos por la actividad

# FORMACIÓN ACTIVA

Incluye la formación personal, la utilización del ordenador (Internet, juegos), la práctica de hobbies y el asociacionismo.

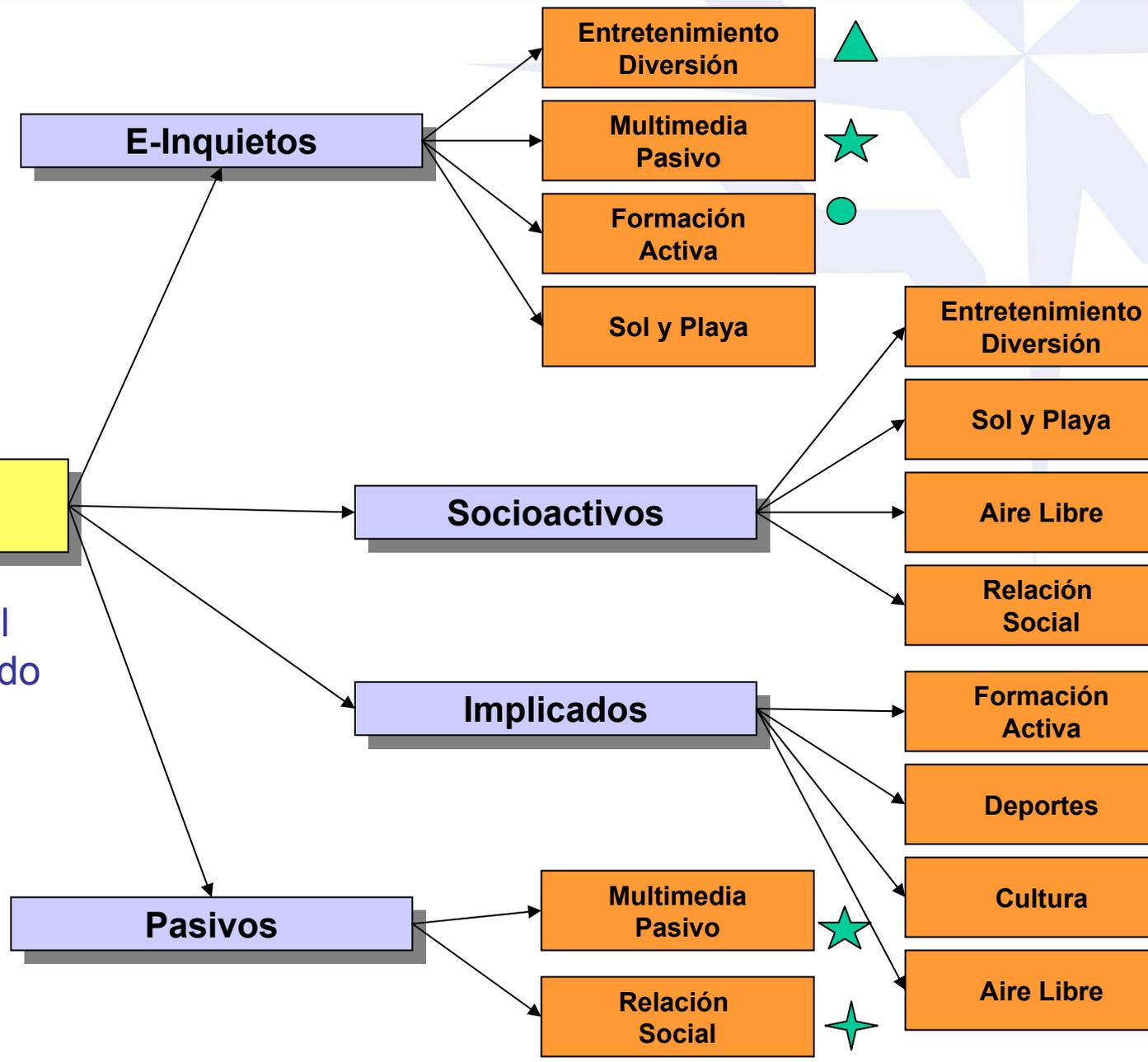


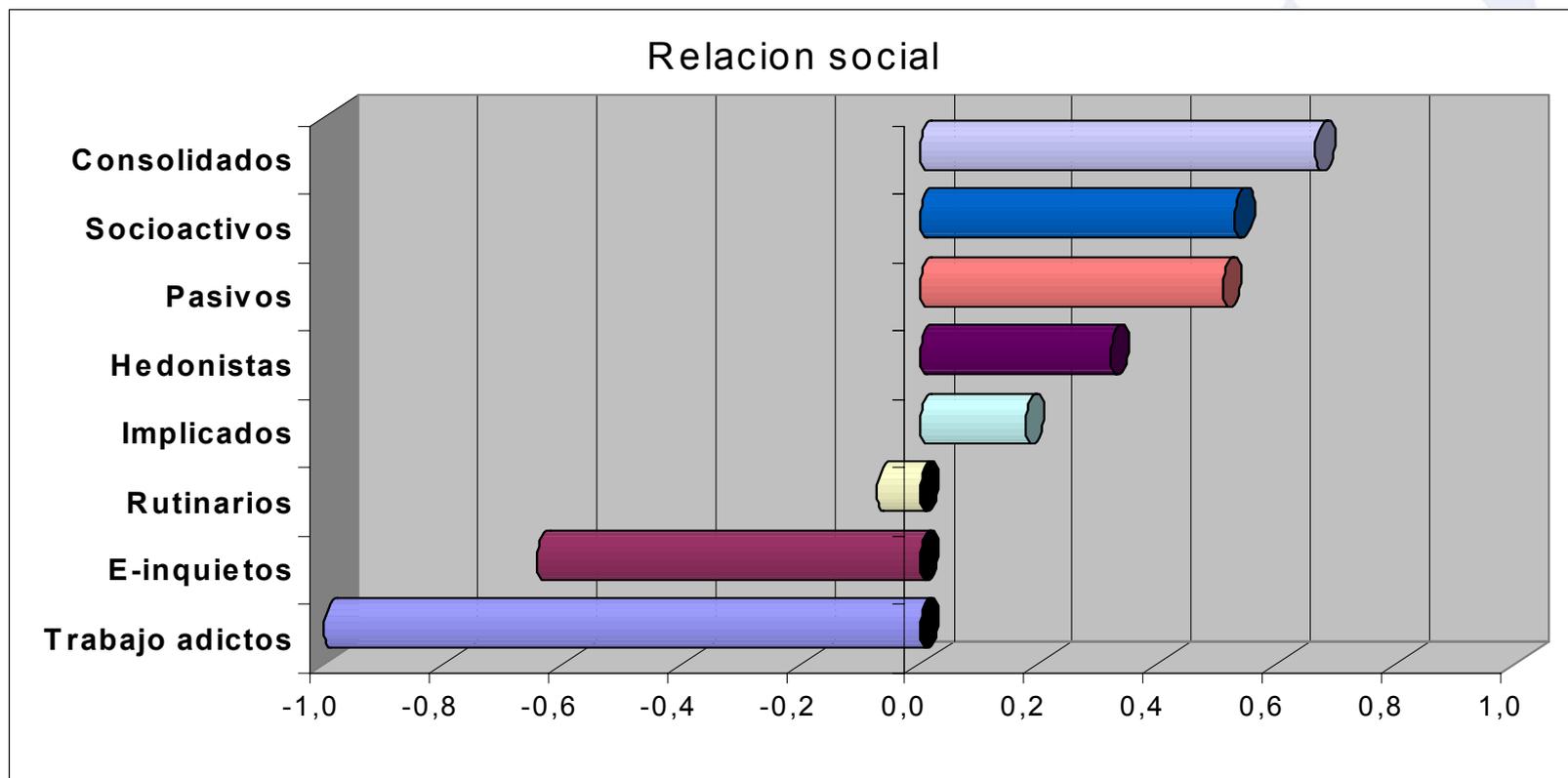


Índice de atractividad de los distintos Ociotipos por la actividad

# RÉLAX HEDONISMO

Incluye el descanso, el  
bien comer y el cuidado  
del cuerpo





Índice de atractividad de los distintos Ociotipos por la actividad

**RELACIÓN SOCIAL**

Incluye la visita a familiares, verse con amigos. En parte realiza actividades asociativas.

**Consolidados**

Formación Activa

Cultura

**Socioactivos**

Entretenimiento Diversión

Sol y Playa

Aire Libre

Relax Hedonismo

**Pasivos**

Multimedia Pasivo

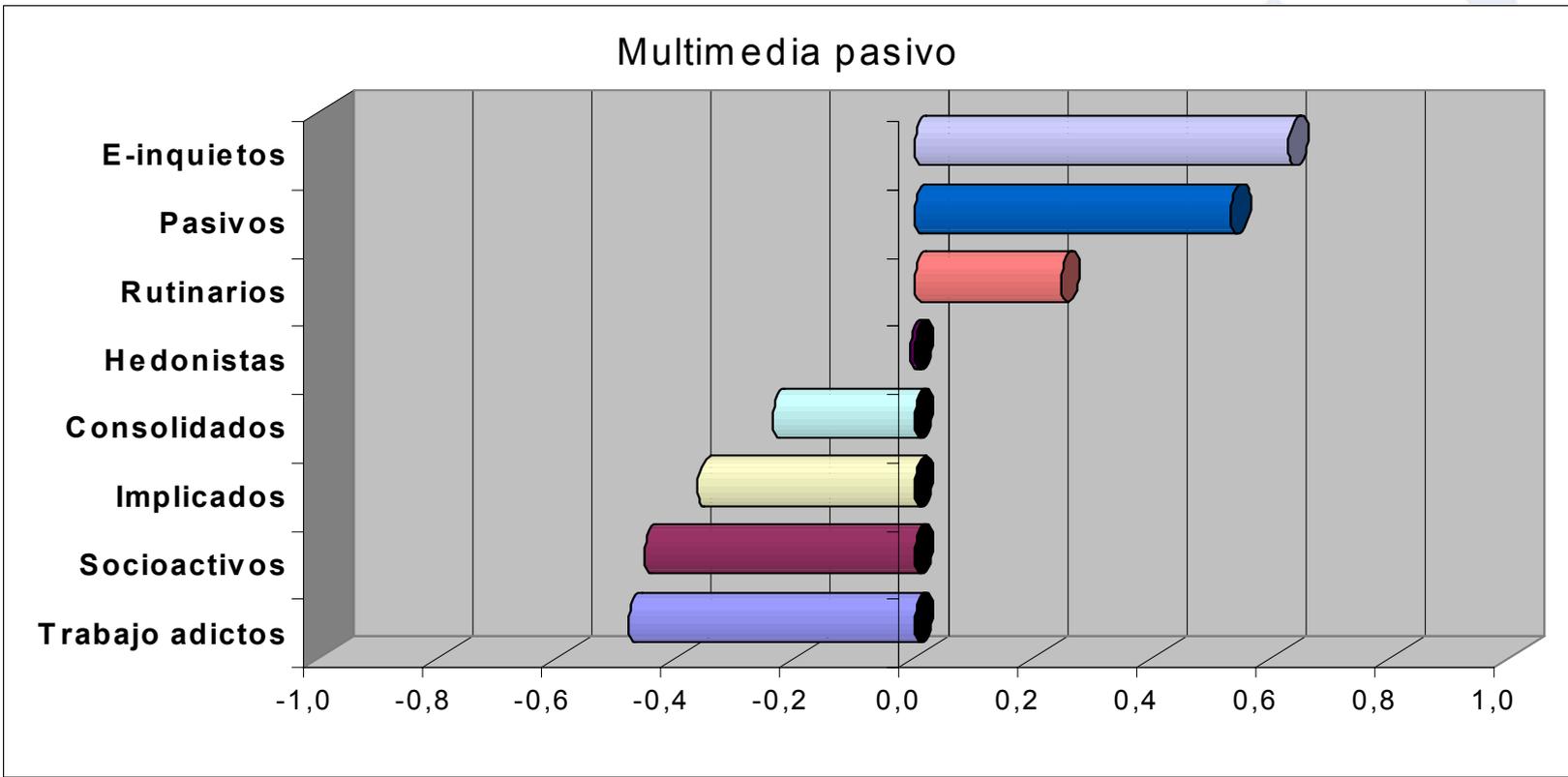
Relax Hedonismo

**Hedonistas**

Deporte

Entretenimiento Diversión





Índice de atractividad de los distintos Ociotipos por la actividad

**MULTIMEDIA PASIVO**

de la televisión y el video. También realiza una utilización pasiva del ordenador.

**E-Inquietos**

Entretención  
Diversión

Formación  
Activa

Rélex  
Hedonismo

Sol y Playa

**Pasivos**

Relación  
Social

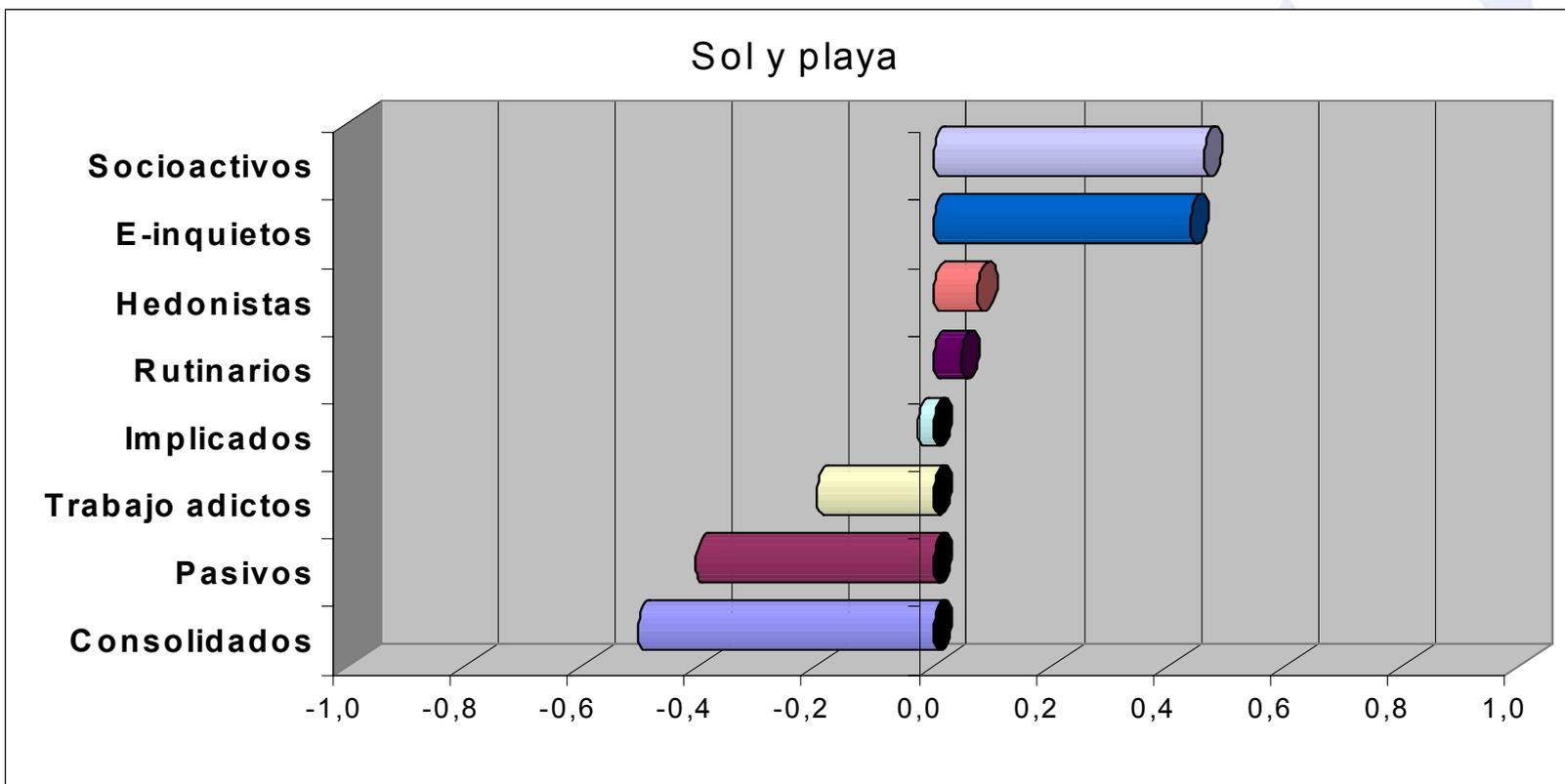
Relax  
Hedonismo

**Rutinarios**

Deporte

Formación  
Activa





Índice de atractividad de los distintos Ociotipos por la actividad

# SOL Y PLAYA

La actividad de ocio es la playa.

## E-Inquietos

Formación Activa

Multimedia Pasivo

Rélex Hedonismo

Entretenimiento Diversión



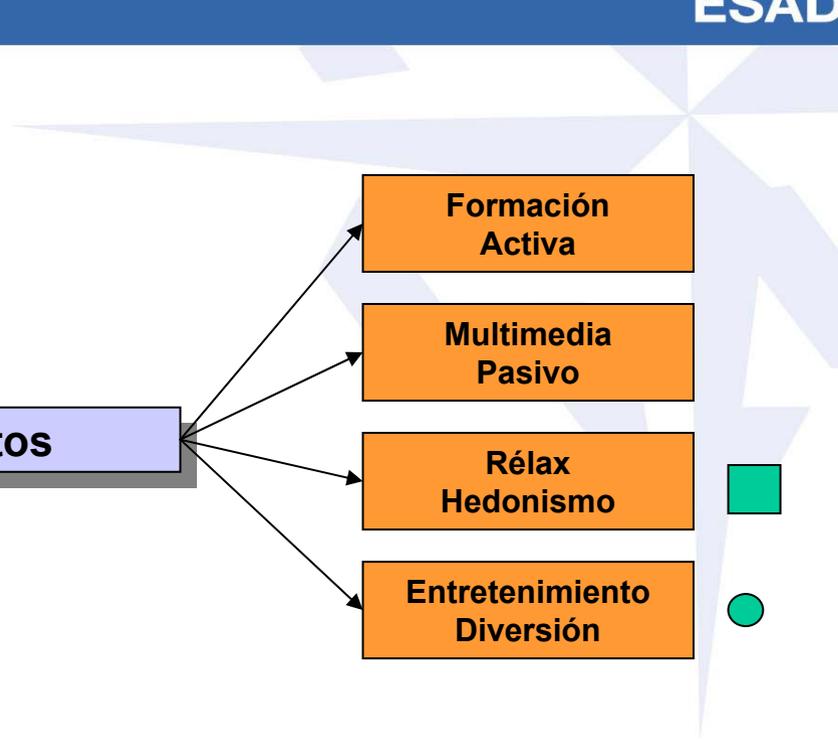
## Socioactivos

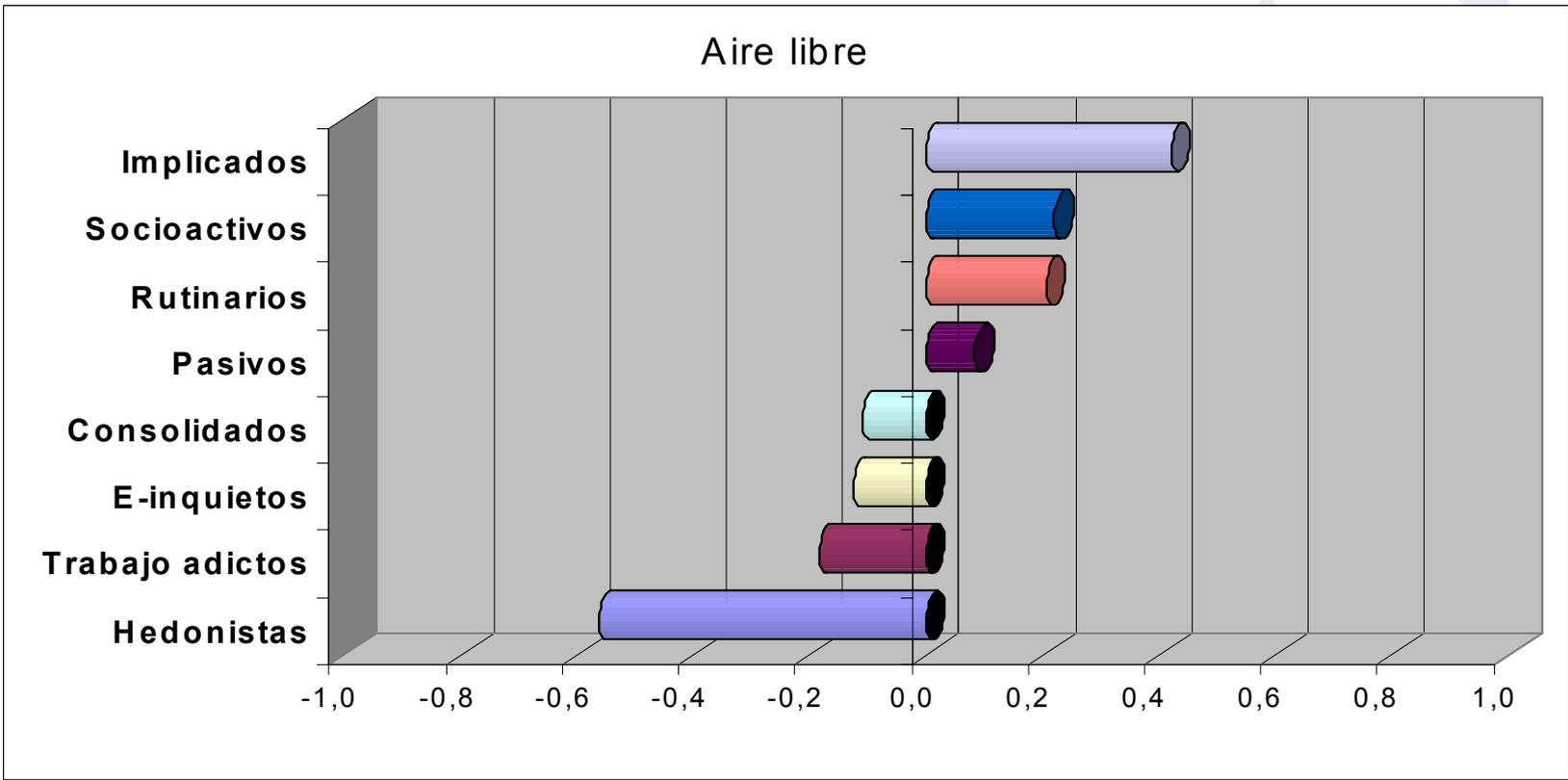
Rélex Hedonismo

Entretenimiento Diversión

Aire Libre

Relación Social





Índice de atractividad de los distintos Ociotipos por la actividad

**AIRE LIBRE**

van a la montaña y  
realiza excursiones.

**Implicados**

**Formación Activa**

**Cultura**

**Rélex Hedonismo**

**Deporte**

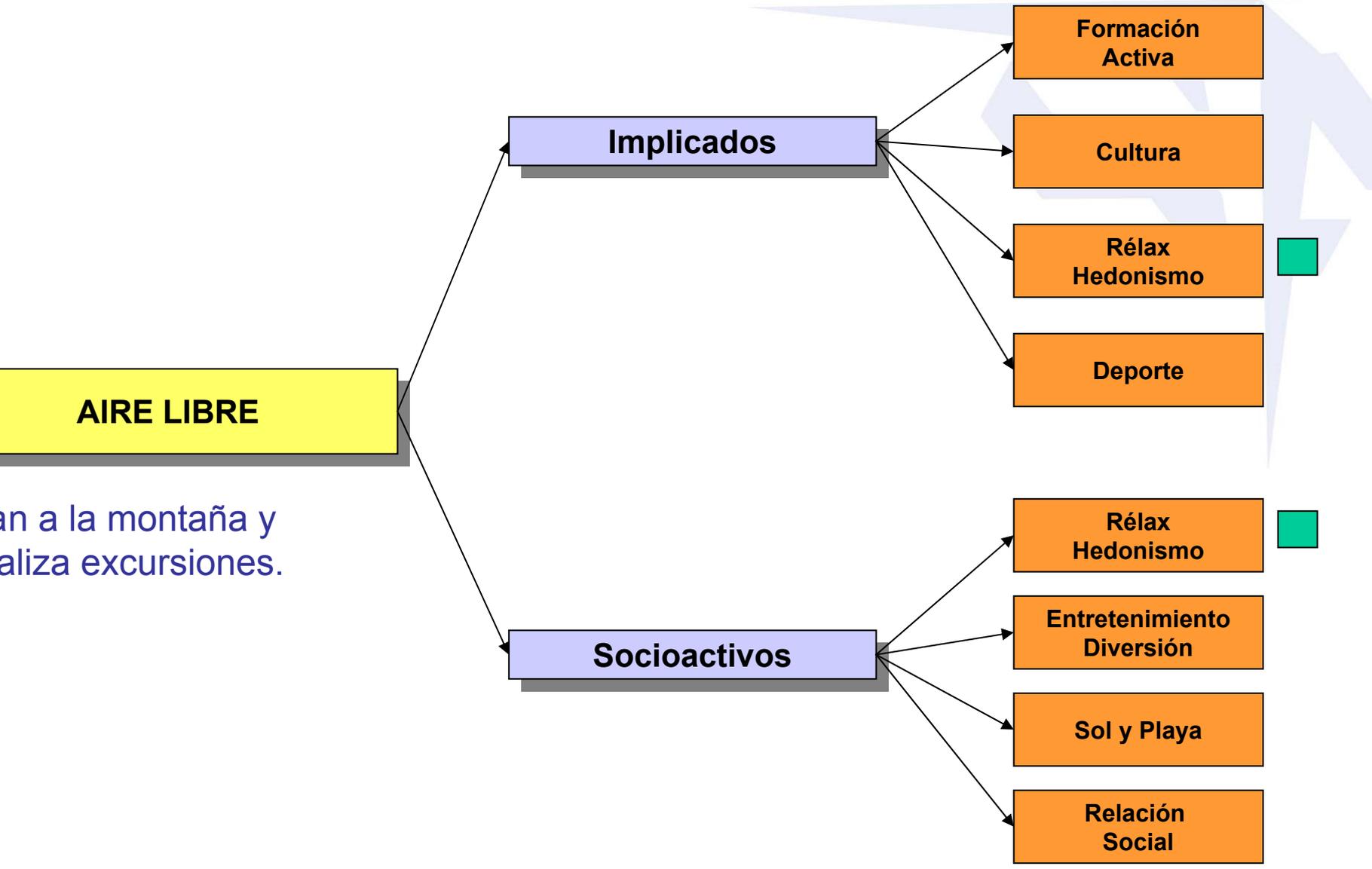
**Socioactivos**

**Rélex Hedonismo**

**Entretenimiento Diversión**

**Sol y Playa**

**Relación Social**



## Conclusión

Se ha presentado un conjunto de Packs de actividades de Ociotipos como mapas de intereses en la realización de las mismas. Se persigue el objetivo de dar una respuesta, lo más ajustada posible, a la segmentación enfocada a un grupo de individuos, más allá del enfoque clásico de criterios socio-económicos, demográficos o de comportamiento. El atractivo es el diseñar productos de ocio complejos y personalizados dada la mayor sofisticación y multicriterio de la demanda.

Del estilo de vida y la personalidad de los consumidores, reflejados a través de sus valores, sus actividades, sus intereses y sus opiniones, se obtiene mucha más información relevante sobre sus comportamientos que tiene gran valor en el momento de planificar y comercializar los productos y destinos de ocio y turismo.

# Descripción de Ociotipos

Las ocho tipologías de Ociotipos identificadas se muestran a continuación:

- Hedonistas,
- E-Inquietos,
- Trabajoadictos,
- Socioactivos,
- Implicados,
- Rutinarios,
- Consolidados
- y Pasivos.

## HEDONISTAS (12%)

### Actividades preferidas



Entretenimiento y diversión  
Deporte  
Relación social



Actividades educativas  
Aire libre

### Características de las actividades preferidas



Diversión/fiesta  
Moda



Innovación/esfuerzo  
Individual

### Variables demográficas

**Edad:** Menores de 24 años (38%), 25/34 (19%), media = 36

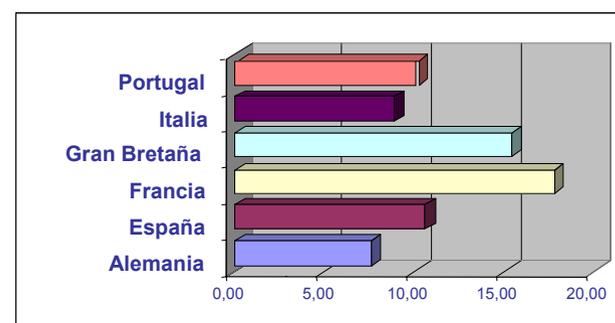
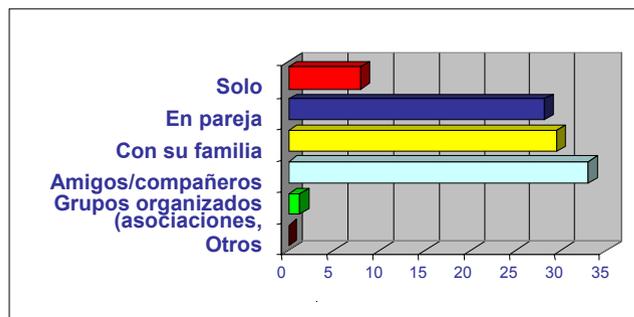
**Sexo:** Hombres (58%), mujeres (42%)

**Estado civil:** Soltero (40%)

**Actividad:** Es tudiantes (16%), administrativos, comerciales

**Nivel de estudios:** Secundaria (43%), Primaria (19%), FP (17%)

**Nivel de renta:** Medio



### Periodos vacaciones

Un solo periodo = 37%

Dos periodos = 29%

Más de dos = 34%

### Presupuesto ocio

23%

### Satisfacción

Bastante+ Muy satisfecho = 79%

Poco+Nada satisfecho = 9%

## E-INQUIETOS (12%)

### Actividades preferidas



Muchas actividades:  
Entretención y diversión  
Multimedia  
Actividades educativas  
Sol y playa



Relación social

### Características de las actividades preferidas



Diversión/fiesta  
Moda  
Innovación/esfuerzo



Social/grupo

### Variables demográficas

**Edad:** Menores de 24 años (45%), 25/34 (27%), media=30

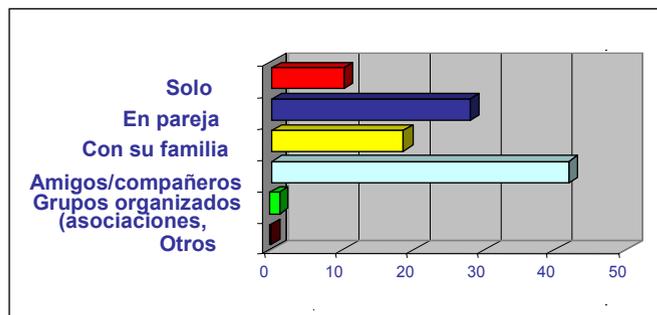
**Sexo:** Hombres (49%), mujeres (51%)

**Estado civil:** Soltero (63%)

**Actividad:** Estudiantes (24%), administrativos, comerciales

**Nivel de estudios:** Secundaria (55%), FP (14%), Diplomatura (15%)

**Nivel de renta:** Medio



### Periodos vacaciones

Un solo periodo = 29%

Dos periodos = 27%

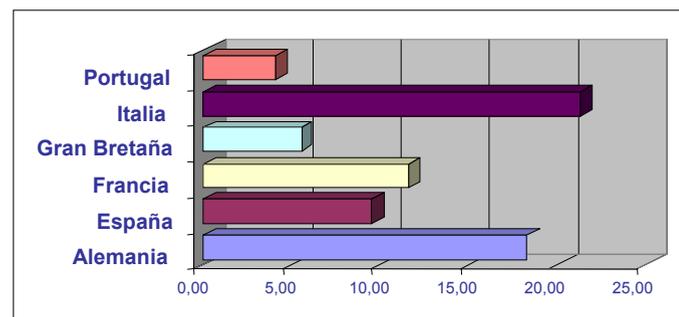
Más de dos = 44%

### Presupuesto ocio

27%

### Satisfacción

Bastante+ Muy satisfecho = 78%



# TRABAJO ADICTOS (14%)

## Actividades preferidas



Cultura y educación  
(aunque con poca  
intensidad)



El ocio no es prioritario entre  
sus intereses

## Características de las actividades preferidas



Innovación/esfuerzo



Diversión/fiesta  
Moda

## Variables demográficas

**Edad:** 25/34 (23%), 35/44 (20%), media = 44 años

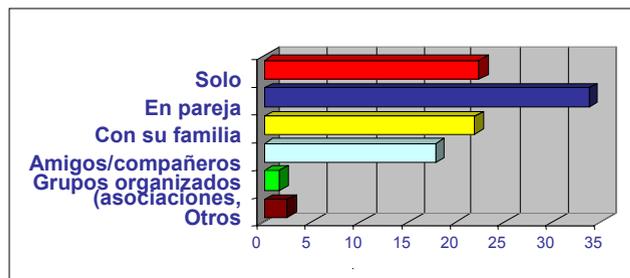
**Sexo:** Hombres (54%), mujeres (46%)

**Estado civil:** Casado (53%)

**Actividad:** Empresarios, profesionales, administrativos, comerciales

**Nivel de estudios:** Licenciatura (18%), Diplomatura (16%), FP (17%)

**Nivel de renta:** Más alto



## Periodos vacaciones

Un solo periodo = 37%

Dos periodos = 25%

Más de dos = 38%

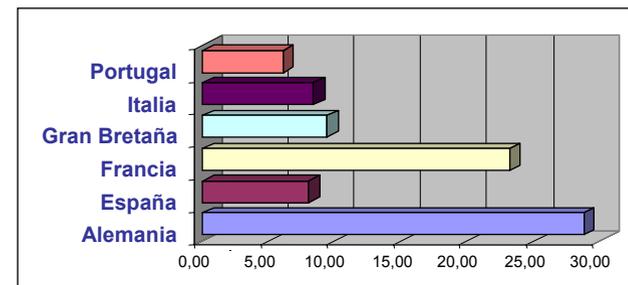
## Presupuesto ocio

19%

## Satisfacción

Bastante+ Muy satisfecho = 75%

Poco+Nada satisfecho = 9%



# SOCIOACTIVOS (13%)

## Actividades preferidas



Relación social  
Sol y playa  
Relax/hedonismo  
Entretenimiento y diversión



Deporte  
Multimedia

## Características de las actividades preferidas



Diversión/fiesta  
Social/grupo  
Individual



Innovación/esfuerzo  
Moda

## VARIABLES DEMOGRÁFICAS

**Edad:** 25/34 (19%), 35/44 (21%), 45/54 (16%), media = 44

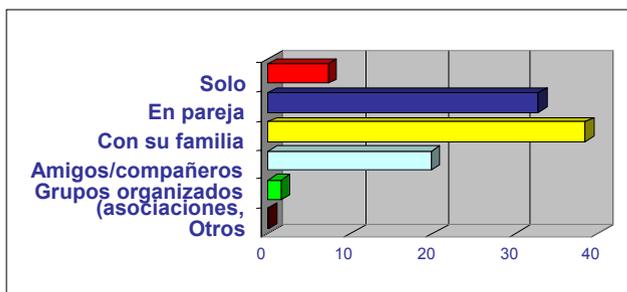
**Sexo:** Hombres (30%), mujeres (70%)

**Estado civil:** Casado (68%)

**Actividad:** Administrativos, comerciales, servicios, jubilados

**Nivel de estudios:** Secundaria (41%), Primaria (22%), FP (17%)

**Nivel de renta:** Medio



## Periodos vacaciones

Un solo periodo = 40%

Dos periodos = 24%

Más de dos = 36%

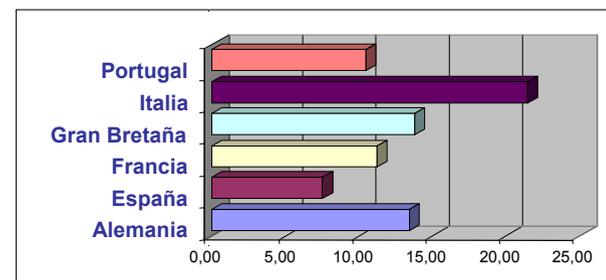
19%

## Presupuesto ocio

### Satisfacción

Bastante+ Muy satisfecho = 77%

Poco+Nada satisfecho = 12%



## EMPLICADOS (8%)

### Actividades preferidas



Relax/hedonismo  
Deporte  
Aire libre  
Actividades educativas  
Cultura



Entretenimiento/diversión  
Multimedia pasivo

### Características de las actividades preferidas



Innovación/esfuerzo  
Social/grupo  
Barata



Individual  
Diversión/fiesta  
Moda

### Variables demográficas

**Edad:** 25/74 (75%), media = 41 años

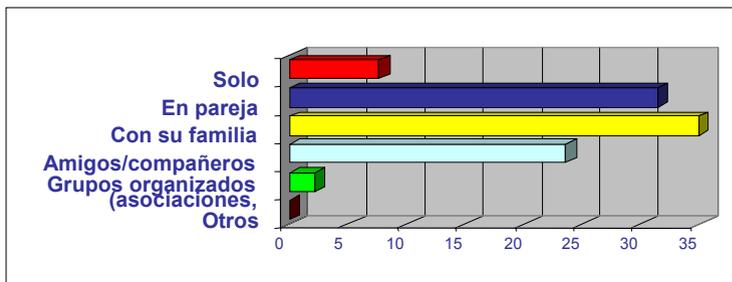
**Sexo:** Hombres (53%), mujeres (47%)

**Estado civil:** Casado (64%)

**Actividad:** mucha variedad

**Nivel de estudios:** Secundaria (32%), Primaria (27%), FP (17%)

**Nivel de renta:** Medio bajo



### Periodos vacaciones

Un solo periodo = 45%

Dos periodos = 24%

Más de dos = 31%

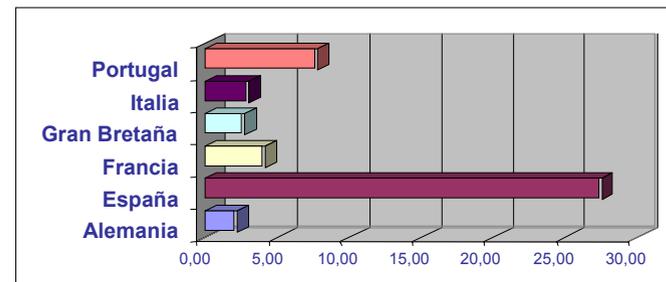
20%

### Presupuesto ocio

### Satisfacción

Bastante+ Muy satisfecho = 70%

Poco+Nada satisfecho = 10%



## ROUTINARIOS (21%)

### Actividades preferidas



Baja intensidad:  
Deporte  
Actividades educativas  
Multimedia pasivo



Relax/hedonismo  
Cultura

### Características de las actividades preferidas



Moda  
Individual



Barata

### Variables demográficas

**Edad:** 16/54 (79%) (mucha dispersión), media = 39 años

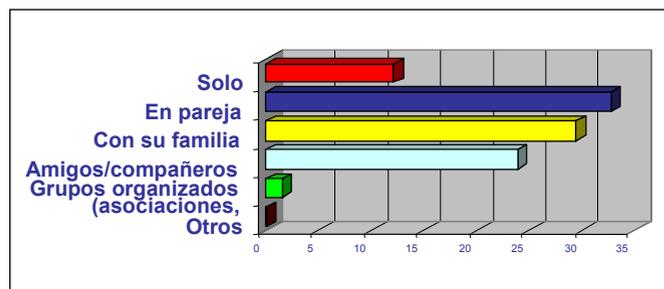
**Sexo:** Hombres (57%), mujeres (43%)

**Estado civil:** Casado (56%)

**Actividad:** Estudiantes, administrativos, comerciales

**Nivel de estudios:** Secundaria (39%), Primaria (21%), FP (17%)

**Nivel de renta:** Medio



### Periodos vacaciones

Un solo periodo = 45%

Dos periodos = 29%

Más de dos = 26%

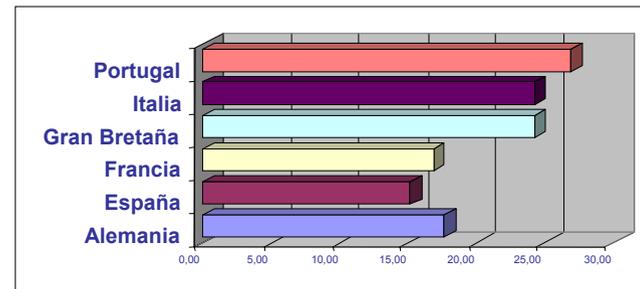
19%

### Presupuesto ocio

### Satisfacción

Bastante+ Muy satisfecho = 77%

Poco+Nada satisfecho = 7%



## CONSOLIDADOS (10%)

### Actividades preferidas

😊  
Cultura  
Relación social

☹️  
Relax/hedonismo  
Sol y playa

### Características de las actividades preferidas

😊  
Social/grupo  
Innovación/esfuerzo

☹️  
Barata  
Moda

### Variables demográficas

**Edad:** Mayores de 45 años (61%), media = 50 años

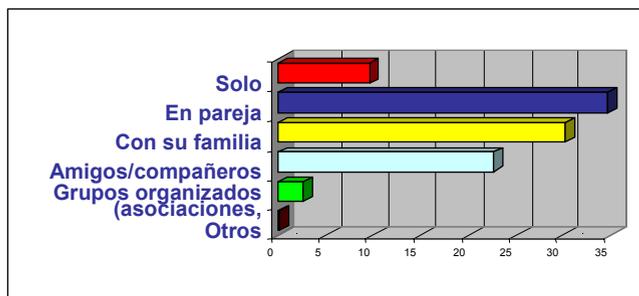
**Sexo:** Hombres (44%), mujeres (56%)

**Estado civil:** Casado (72%)

**Actividad:** Jubilados (22%), profesionales y técnicos, empresarios

**Nivel de estudios:** Licenciatura (17%), Diplomatura (14%), Secundaria (36%), FP (17%)

**Nivel de renta:** Más alto



### Periodos vacaciones

Un solo periodo = 39%

Dos periodos = 20%

Más de dos = 41%

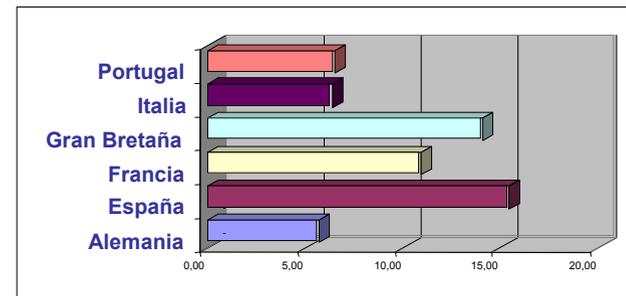
16%

### Presupuesto ocio

### Satisfacción

Bastante+ Muy satisfecho = 79%

Poco+Na da satisfecho = 7%



# PASIVOS (11%)

## Actividades preferidas



Multimedia pasivo  
Relación social



Entretenimiento/diversión  
Actividades educativas  
Deporte

## Características de las actividades preferidas



Social/grupo  
Barata



Innovación/esfuerzo  
Diversión/fiesta

## Variables demográficas

**Edad:** Mayores de 65 años (47%), media = 57 años

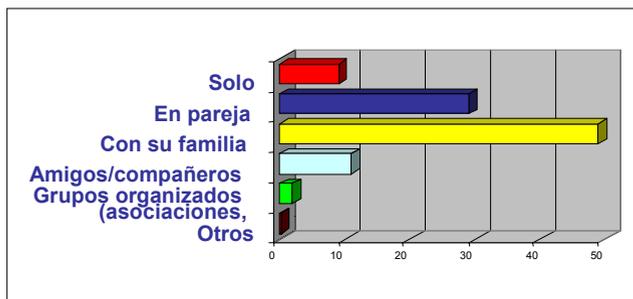
**Sexo:** Hombres (38%), mujeres (62%)

**Estado civil:** Casado (67%), viudo (16%)

**Actividad:** Jubilado (38%)

**Nivel de estudios:** Primaria (46%), Secundaria (26%), sin estudios (12%)

**Nivel de renta:** Más bajo



## Periodos vacaciones

Un solo periodo = 58%

Dos periodos = 24%

Más de dos = 18%

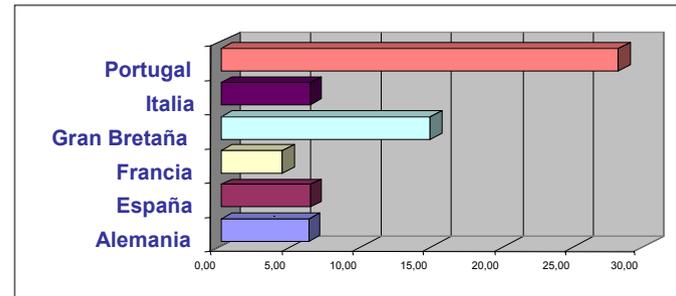
## Presupuesto ocio

14%

## Satisfacción

Bastante+ Muy satisfecho = 56%

Poco+Nada satisfecho = 15%



# Definición de las Actividades de Ocio

