



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.

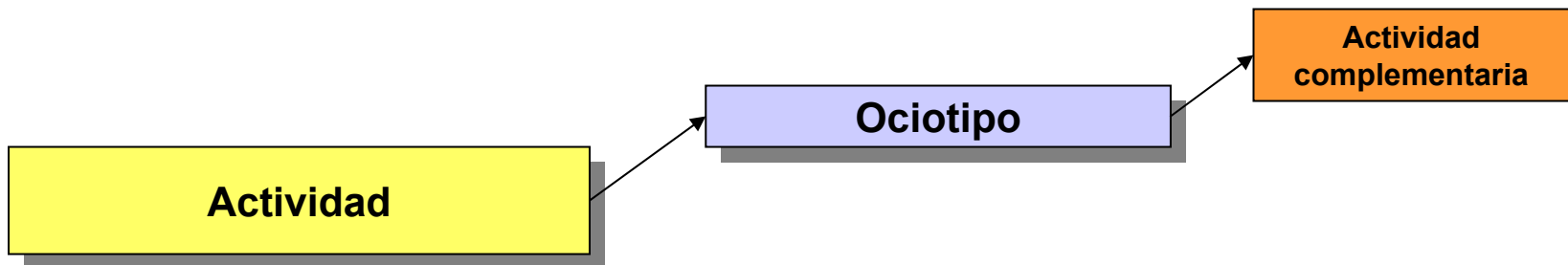
Metodología utilizada

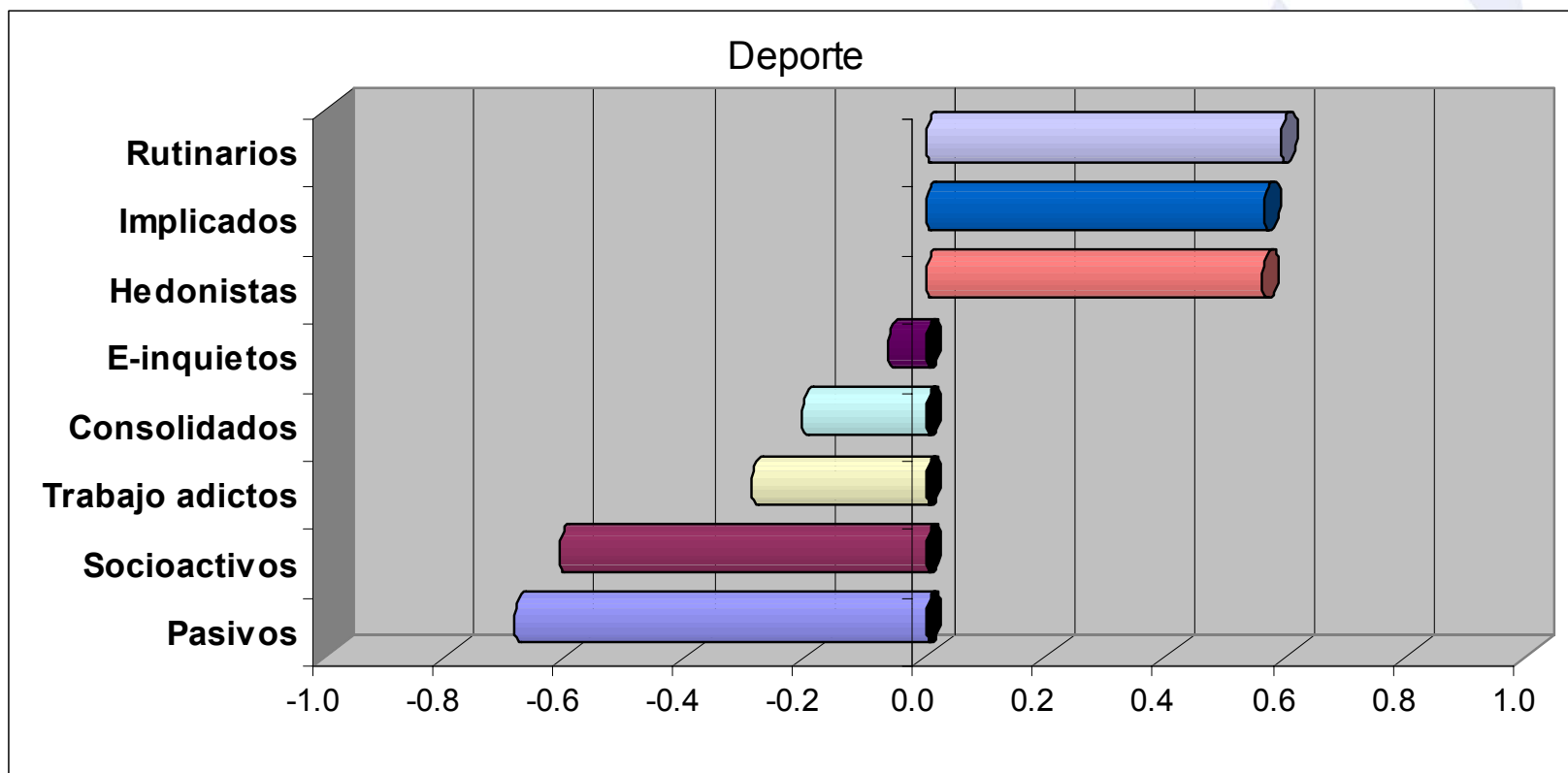
Las tipologías de Ociotipos se han creado mediante la utilización de técnicas de clasificación bajo el criterio de preferencias de los ciudadanos, identificándose las ocho siguientes:

- 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

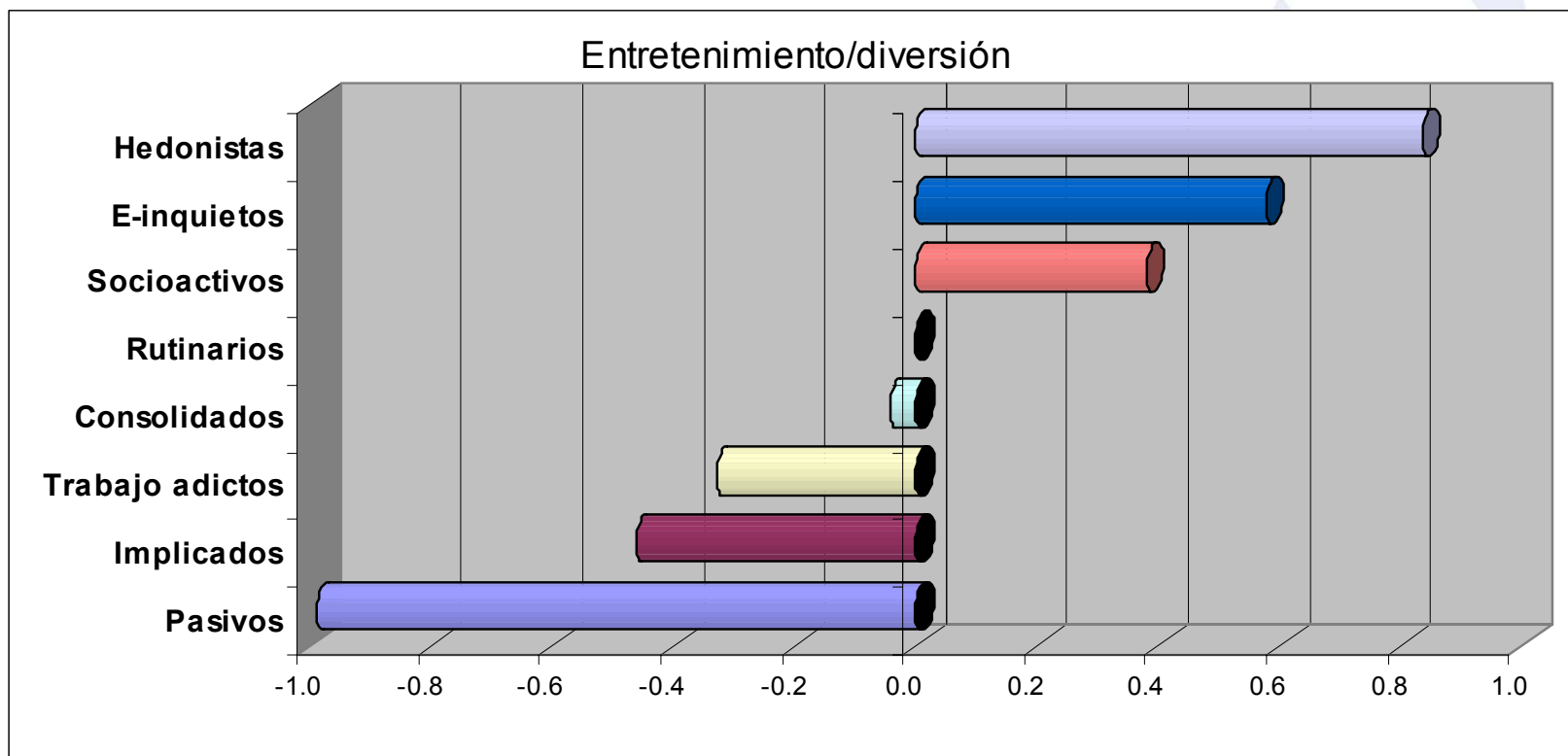
Aire Libre

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

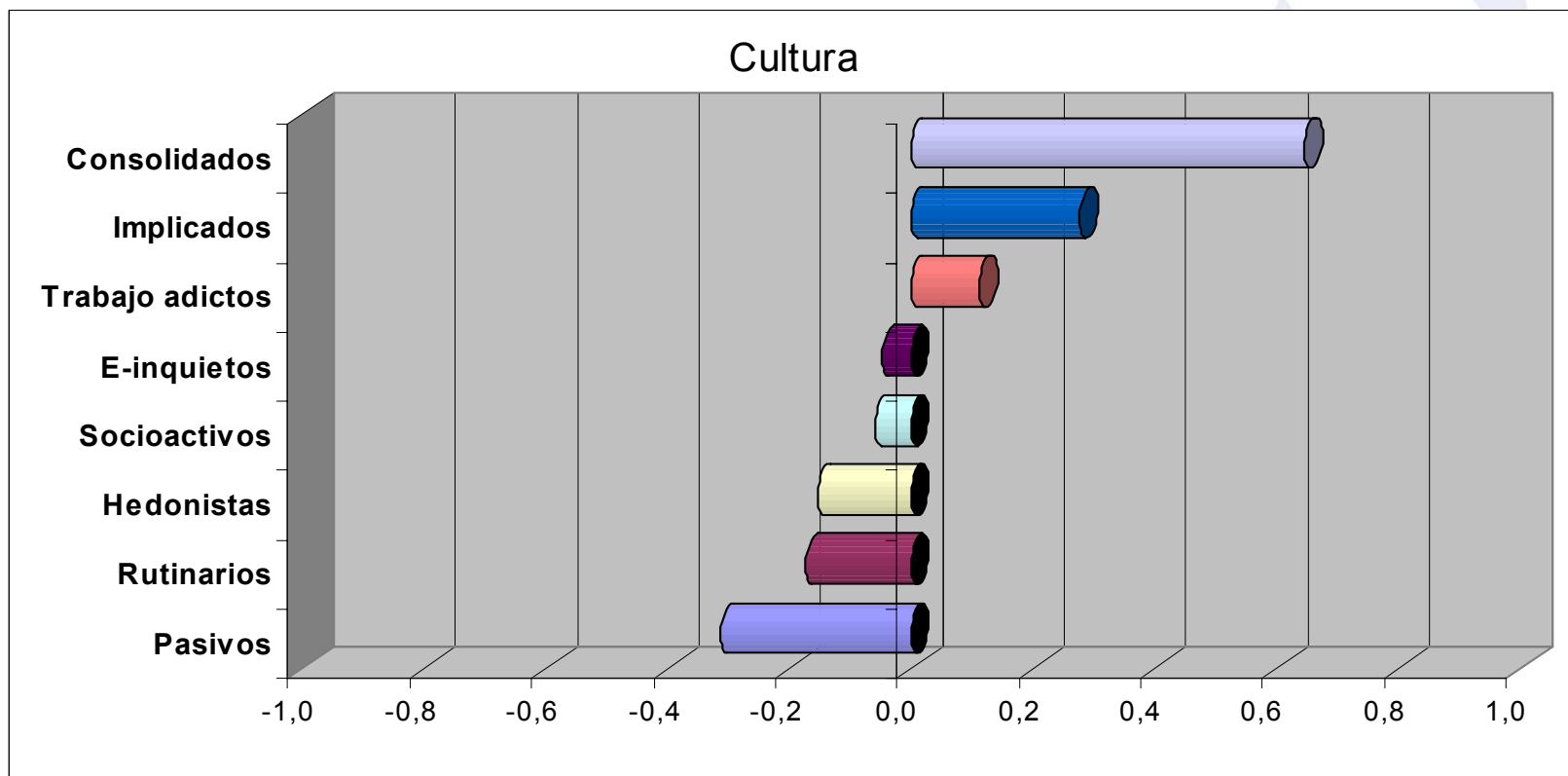
Rélex Hedonismo

Sol y Playa

Aire Libre

Relación Social

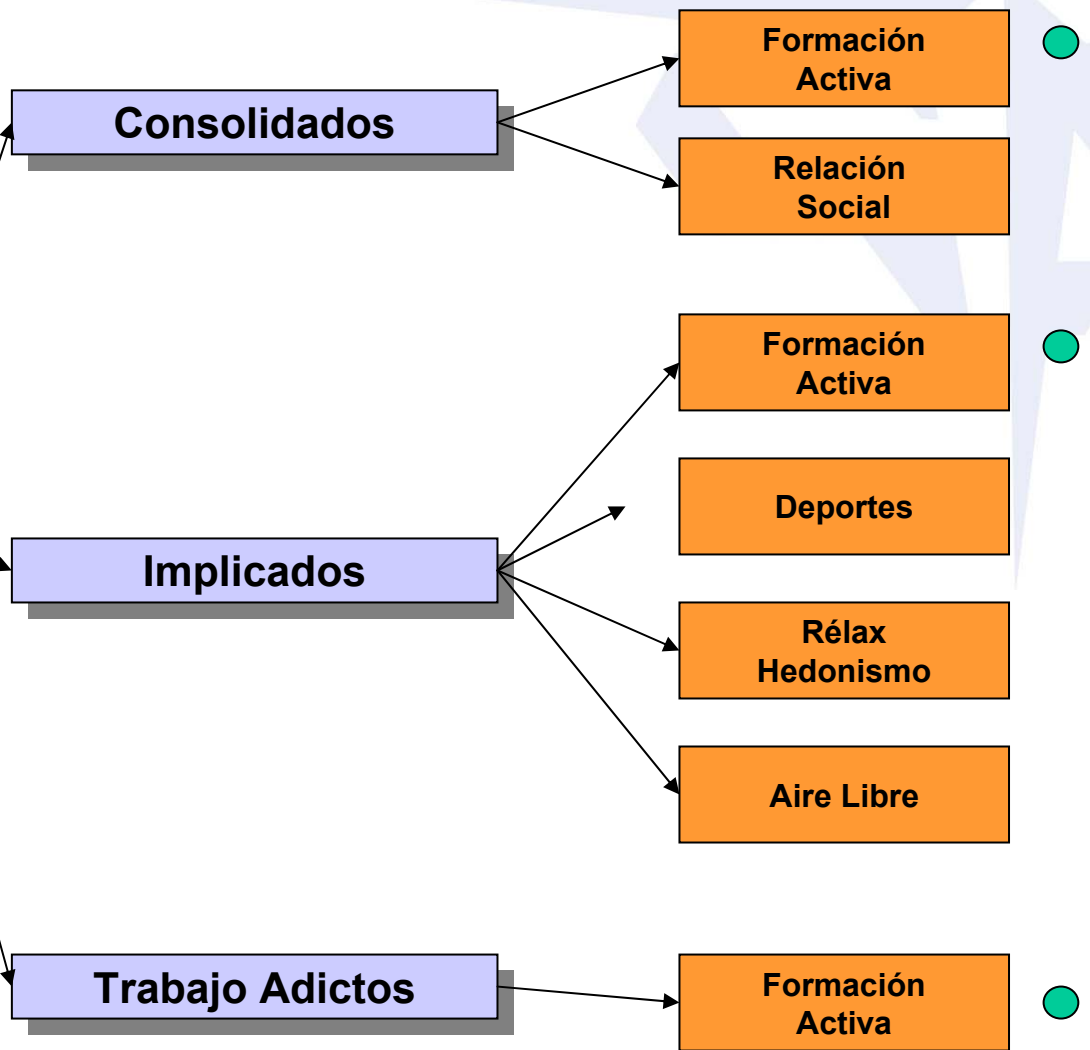


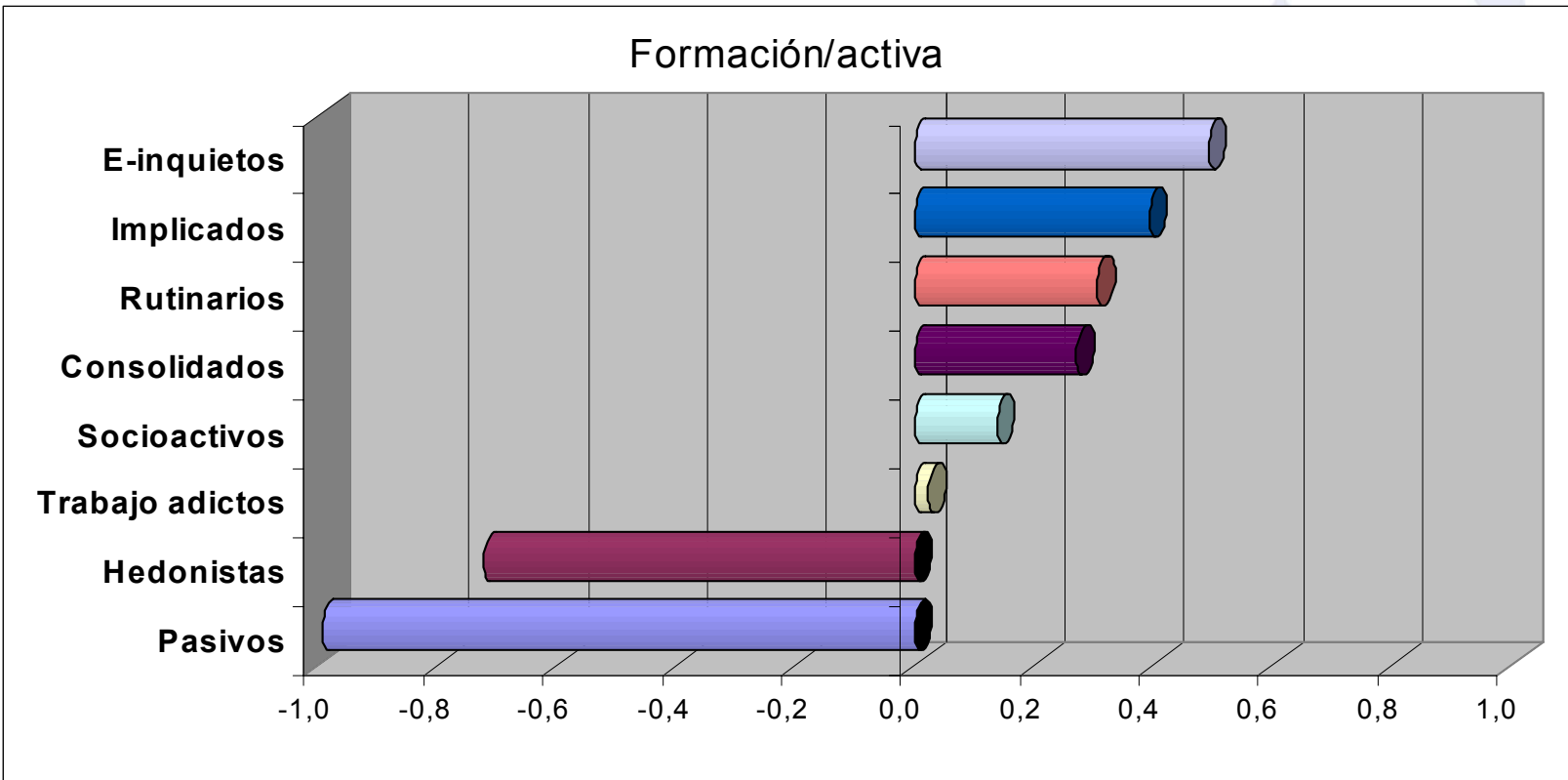


Índice de atractividad de los distintos Ociotipos por la actividad

CULTURA

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

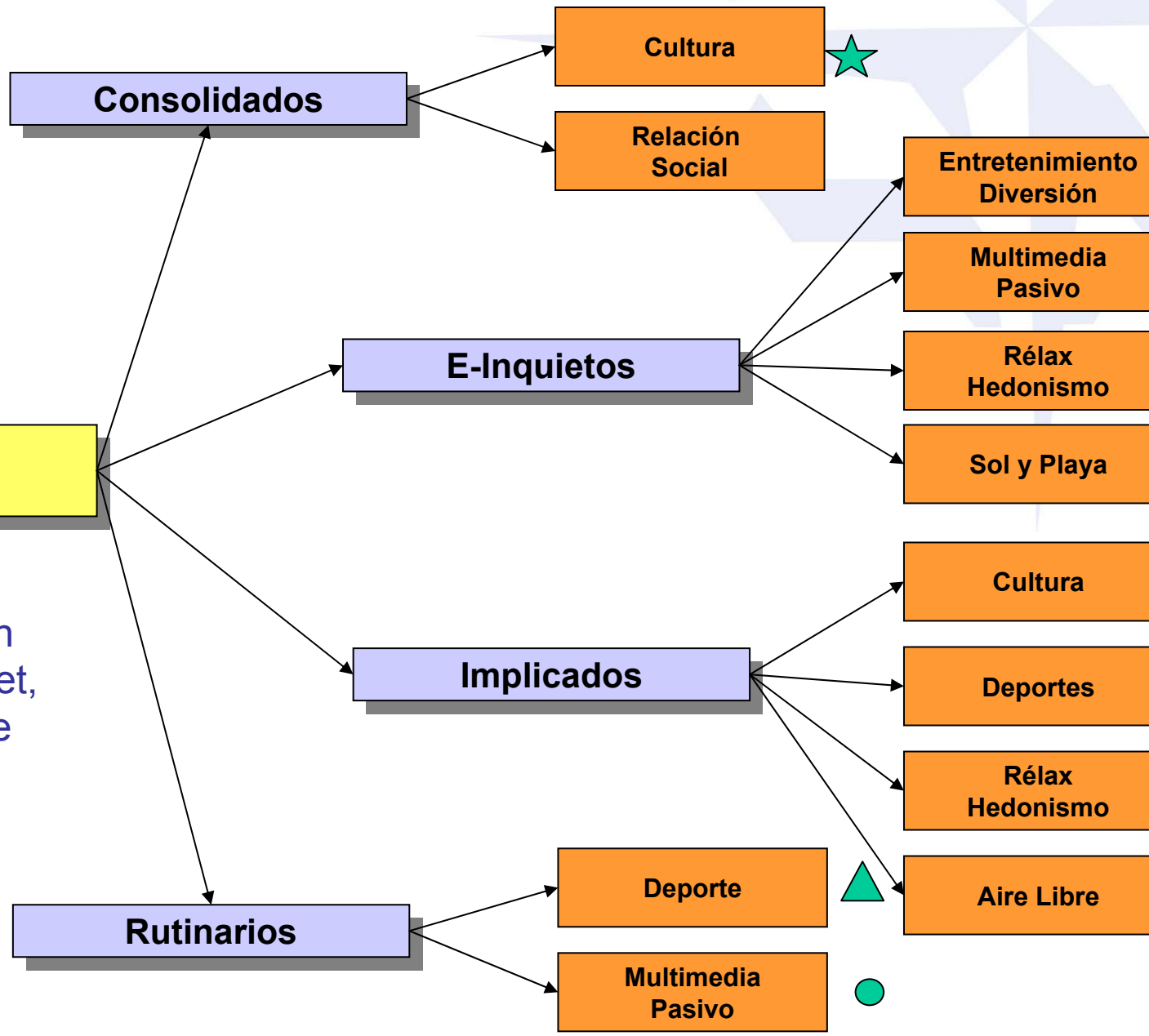


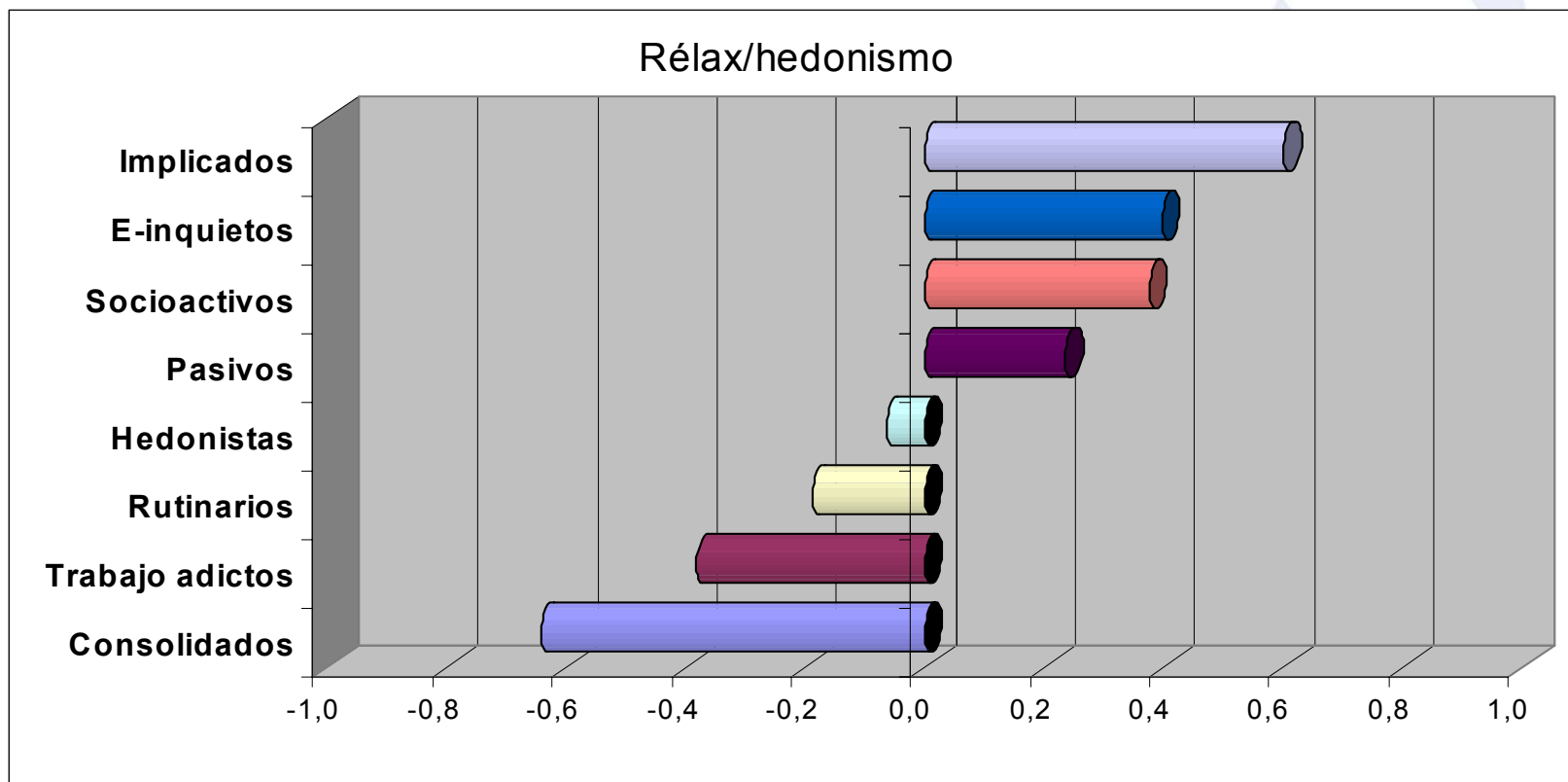


Índice de atractividad de los distintos Ociotipos por la actividad

FORMACIÓN ACTIVA

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

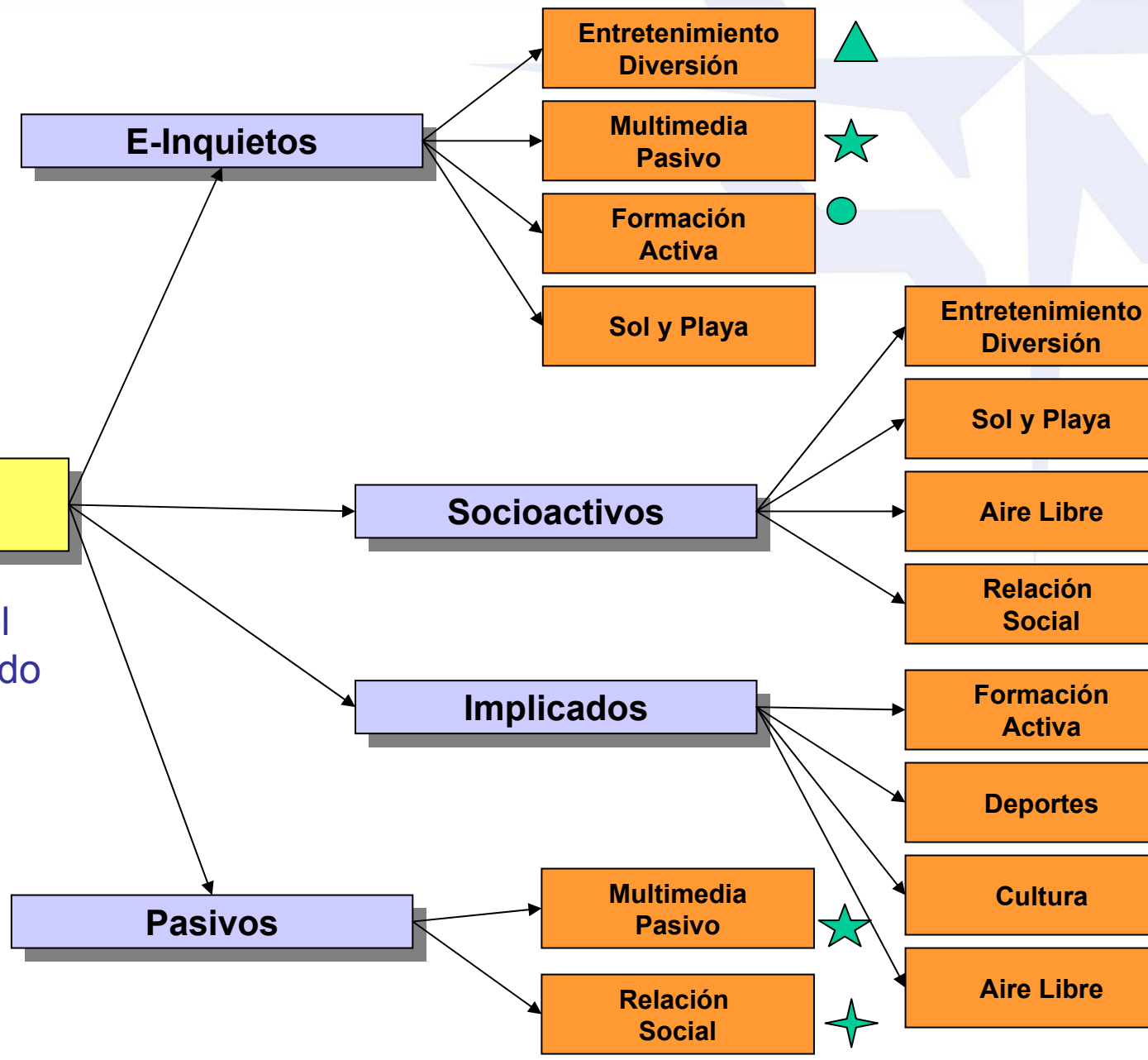


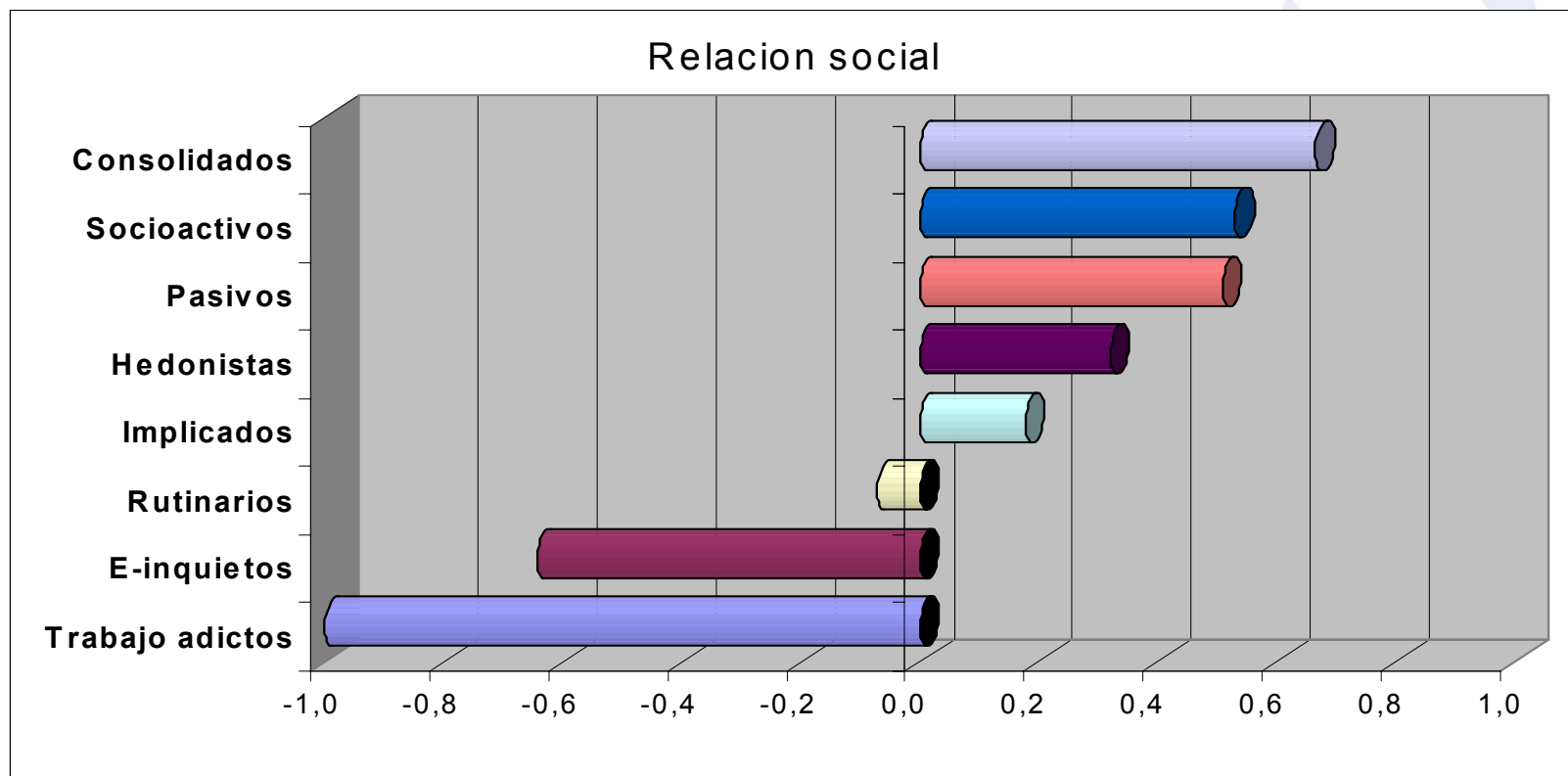


Índice de atractividad de los distintos Ociotipos por la actividad

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

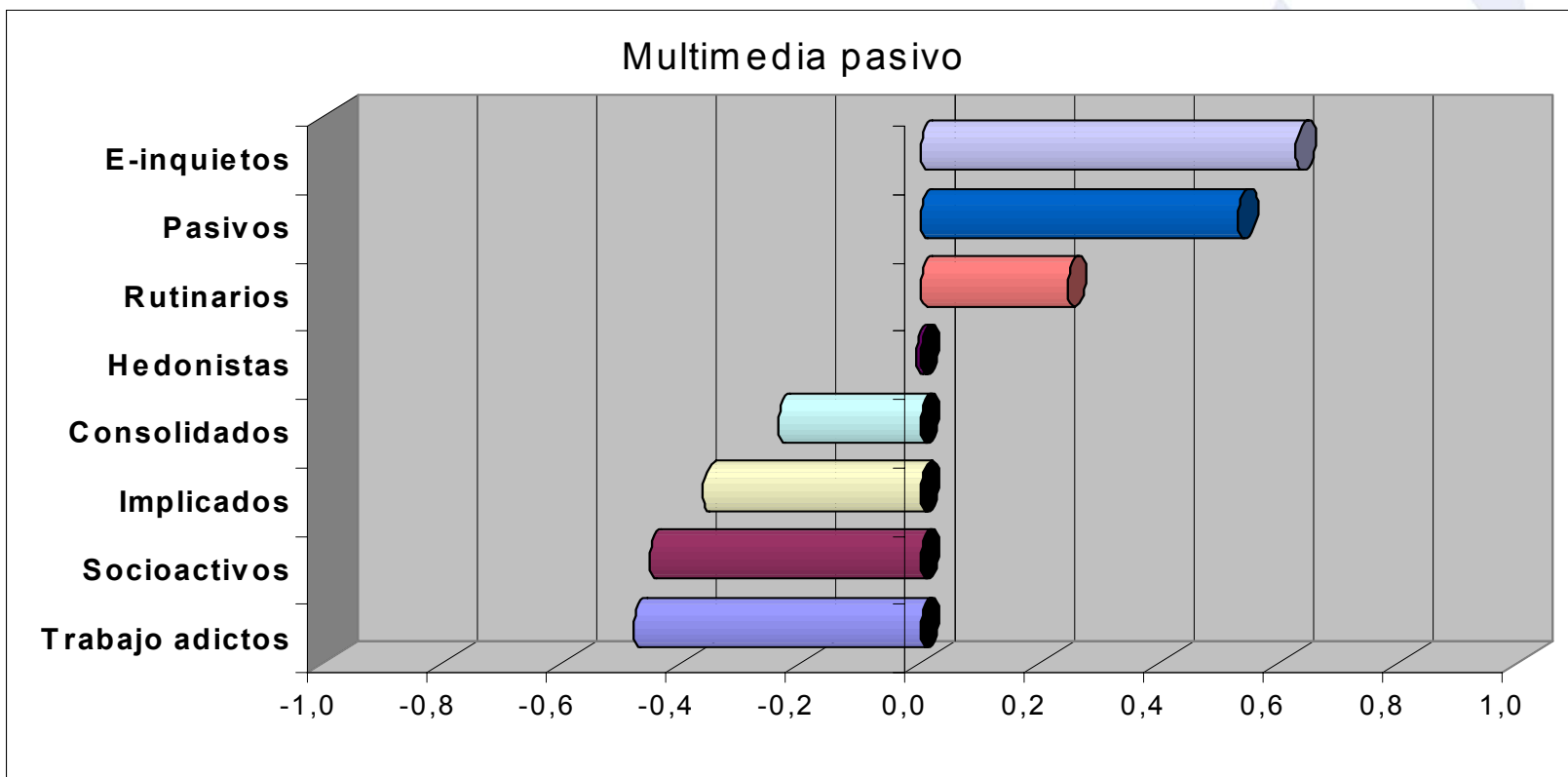
Relax Hedonismo

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

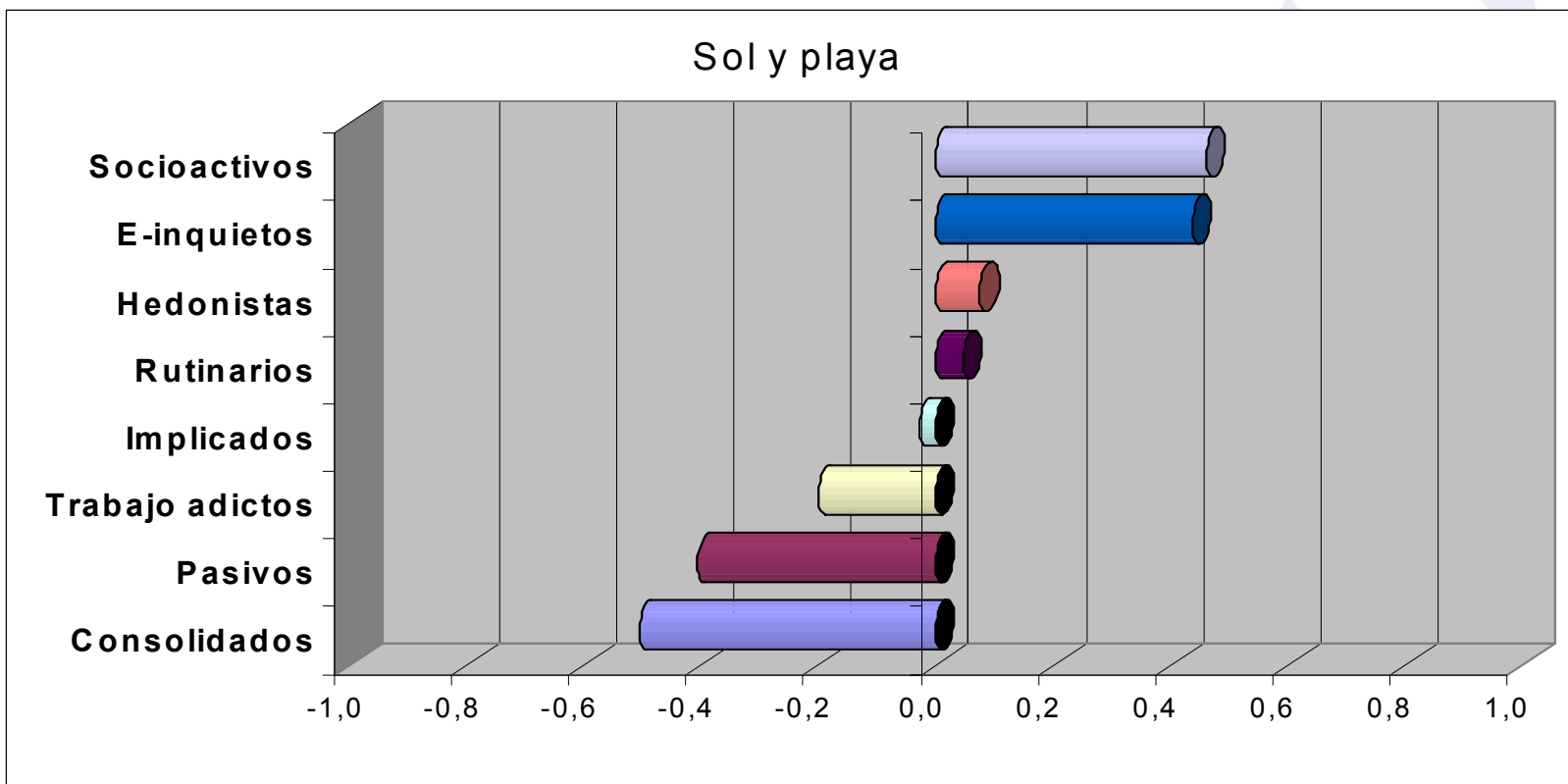
Relax
Hedonismo

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

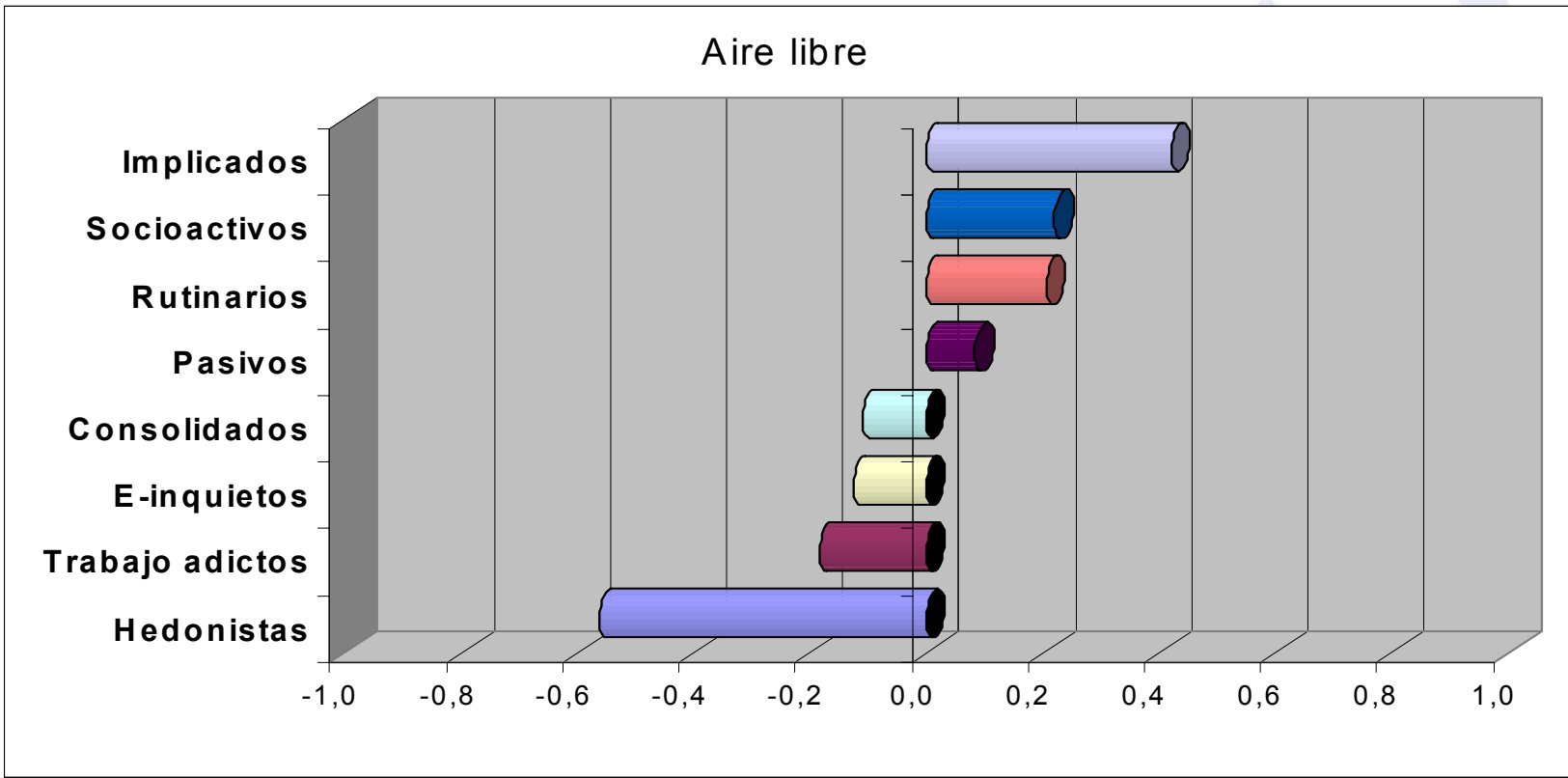
Rélex Hedonismo

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

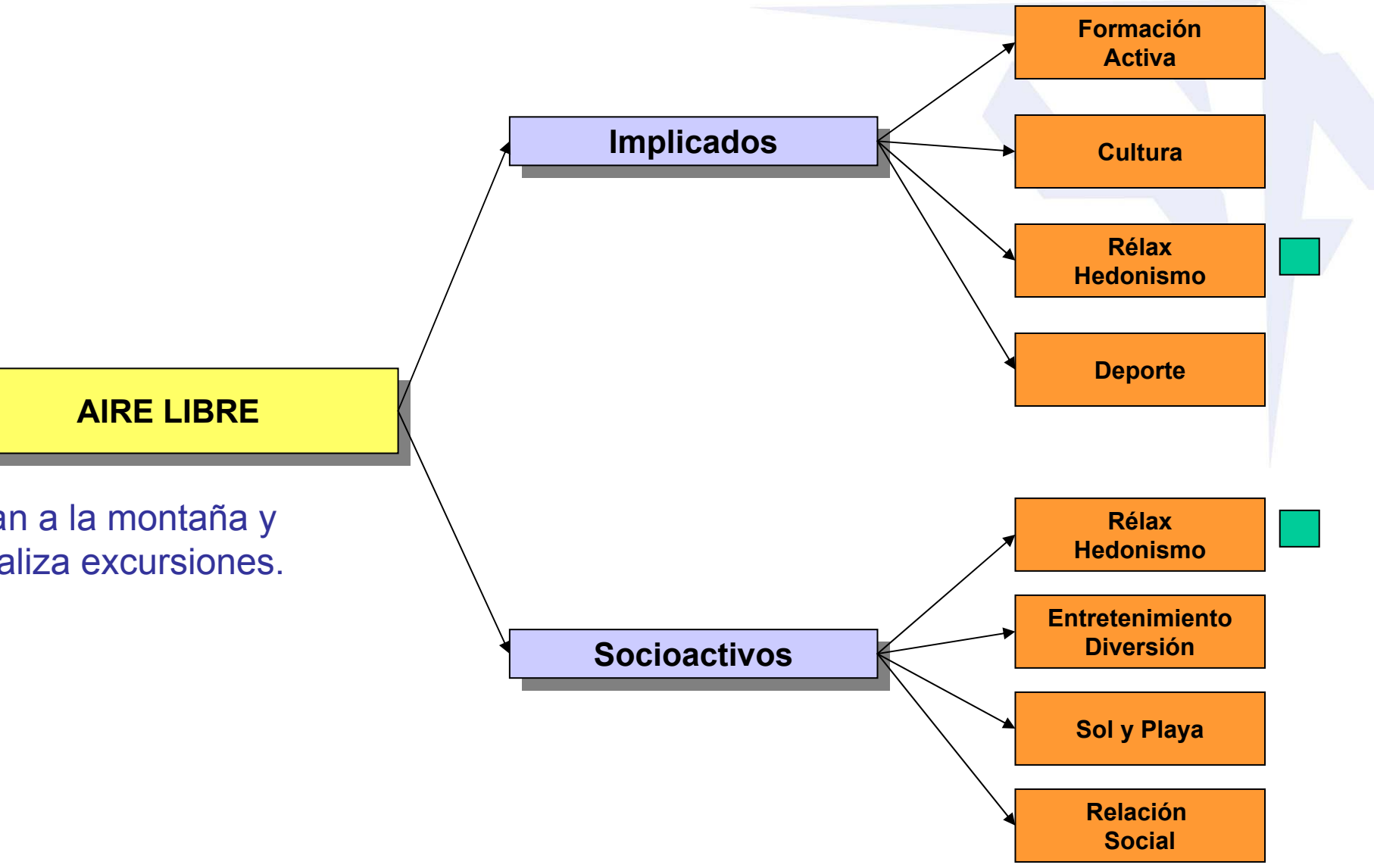
Socioactivos

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

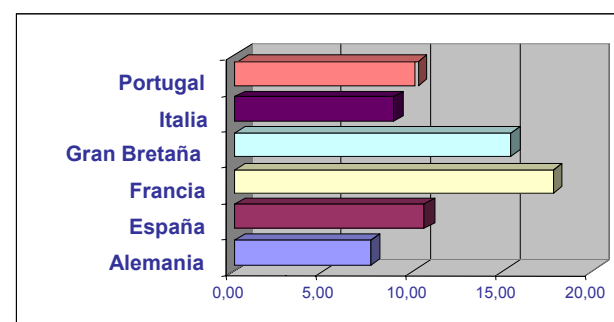
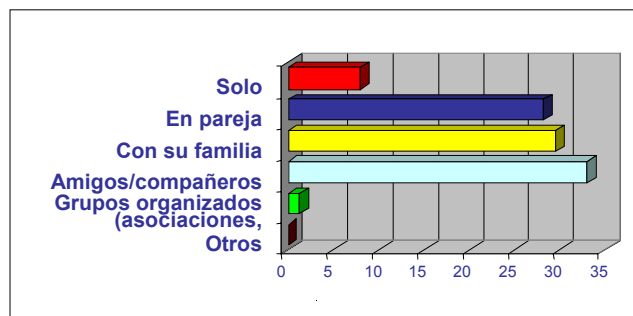
Sexo: Hombres (58%), mujeres (42%)

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

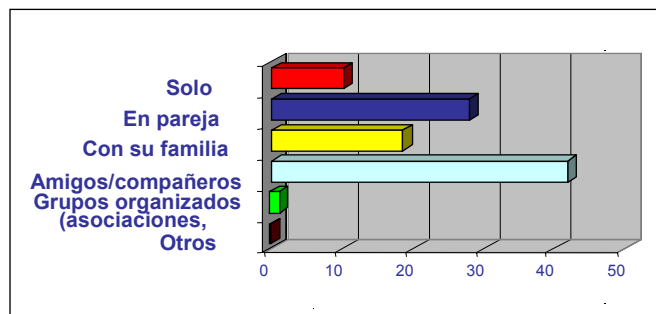
Sexo: Hombres (49%), mujeres (51%)

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%

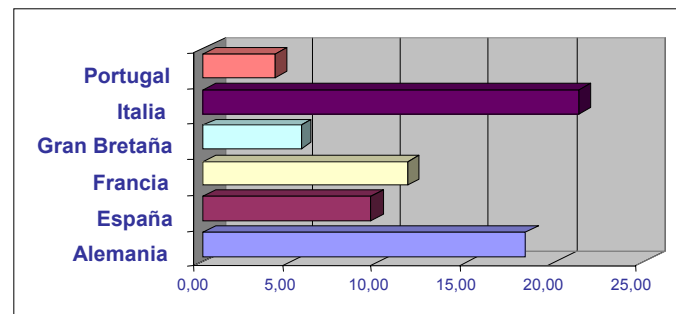
Más de dos = 44%

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

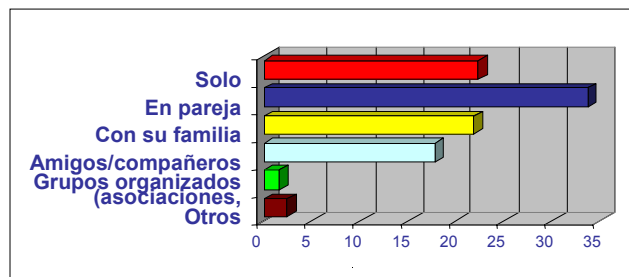
Sexo: Hombres (54%), mujeres (46%)

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%

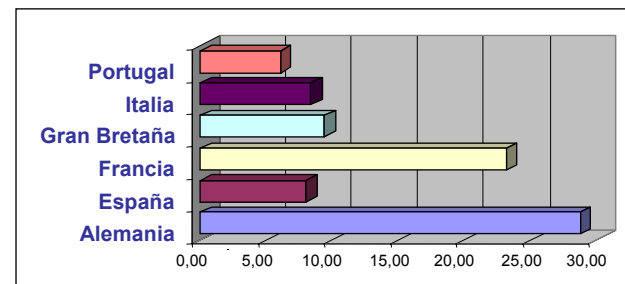
Presupuesto ocio

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

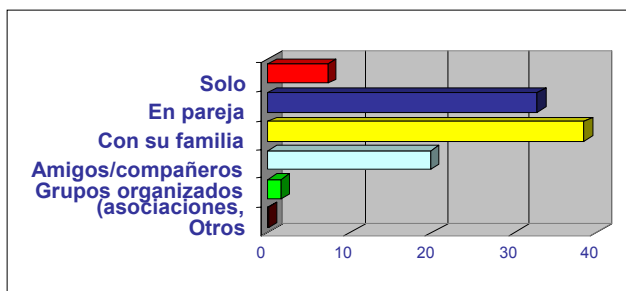
Sexo: Hombres (30%), mujeres (70%)

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%

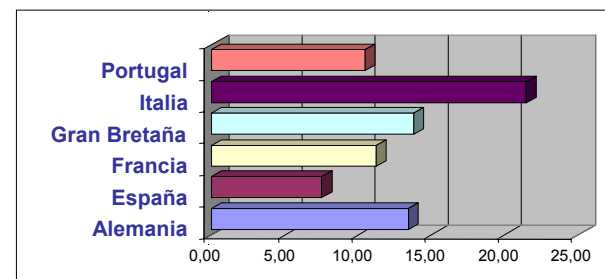
19%

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

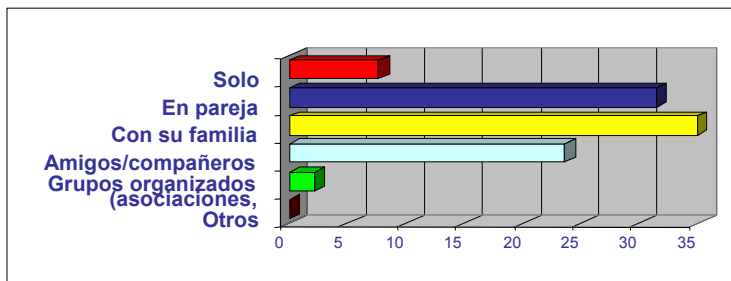
Sexo: Hombres (53%), mujeres (47%)

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%

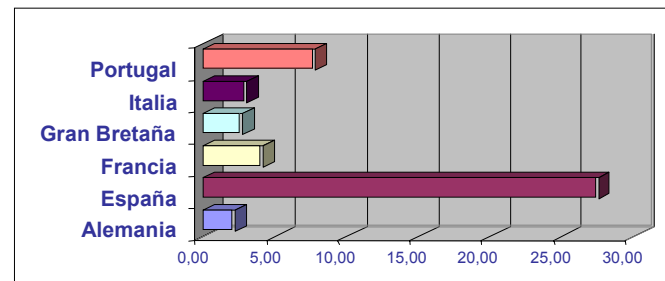
20%

Presupuesto ocio

Satisfacción

Bastante+ Muy satisfecho = 70%

Poco+Nada satisfecho = 10%



RUTINARIOS (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%) (muchísima dispersión), media = 39 años

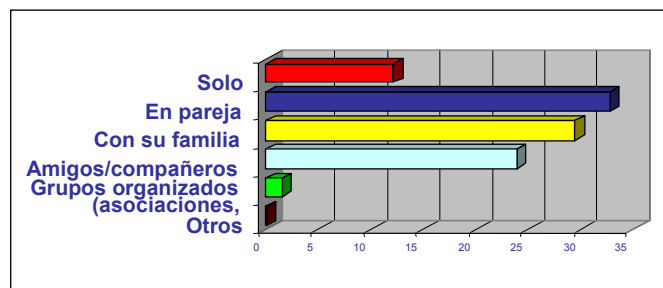
Sexo: Hombres (57%), mujeres (43%)

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%

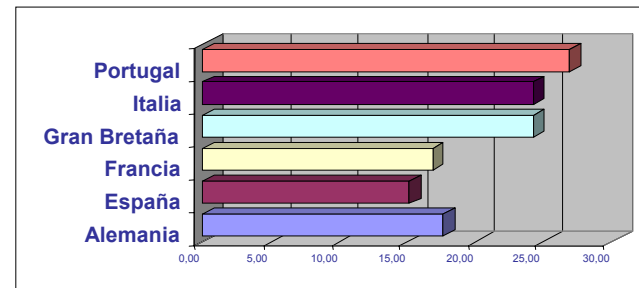
19%

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

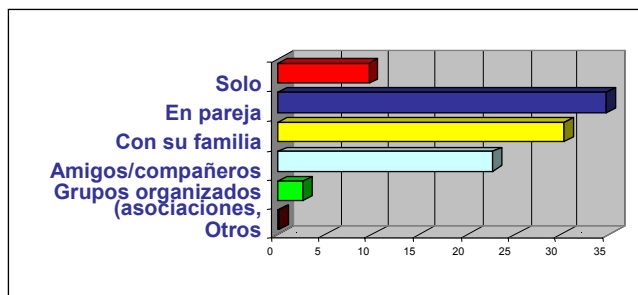
Sexo: Hombres (44%), mujeres (56%)

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%

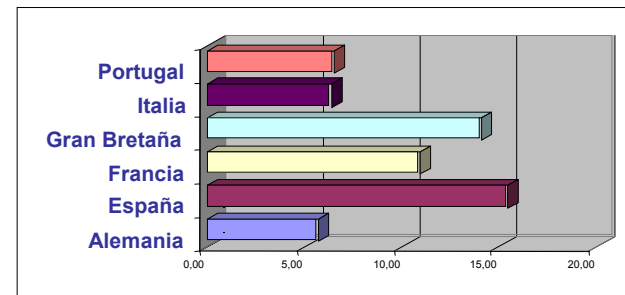
16%

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

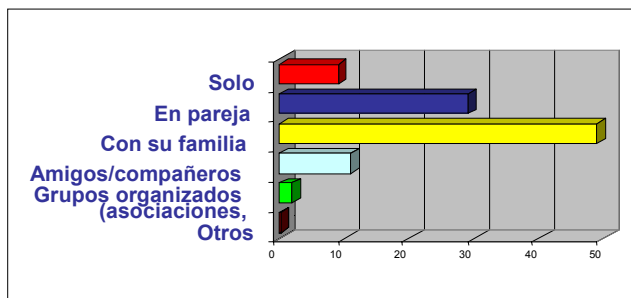
Sexo: Hombres (38%), mujeres (62%)

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%

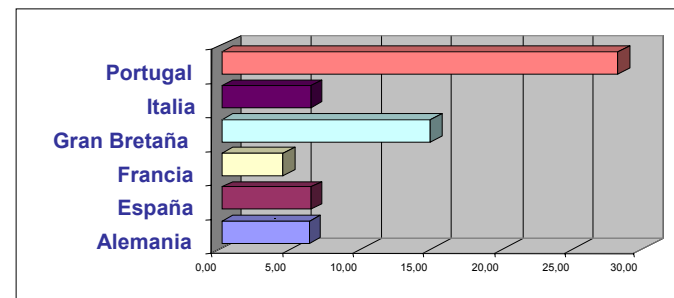
Presupuesto ocio

14%

Satisfacción

Bastante+ Muy satisfecho = 56%

Poco+Nada satisfecho = 15%



Definición de las Actividades de Ocio

