

IN554 MODELOS DE GESTIÓN TURÍSTICA

Esteban Zárate R.

Semestre Primavera 2007

09-oct-07



UNIVERSIDAD DE CHILE
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
IN554 MODELOS DE GESTION TURISTICA

Los consumidores de Ocio

- Los componentes del gasto
- El modelo de compra
- Modificación de actitudes
- Explosión de las motivaciones del ocio
- Ociotipos



Los Componentes del Gasto

- Disminución de la importancia del gasto en bienes primarios
- Aumento en gasto en “gustos”
- Aumento de presupuesto en ocio



El Modelo de Compra

- Cambio en los hábitos de compra
 - Supermercados más pequeños y locales
 - Especialistas y marcas blancas
- Shopping es una nueva actividad
 - Mall
 - Aumento de tiempo de compra
 - Aumento de gasto
 - Mayor frecuencia de visitas
 - Participación familiar



Modificación de Actitudes

- Aumento de actividades de ocio y turismo
- Nuevas mezclas de trabajo-ocioso
- Búsqueda de actividades dentro de la vacación
- “Turistas que trabajan”

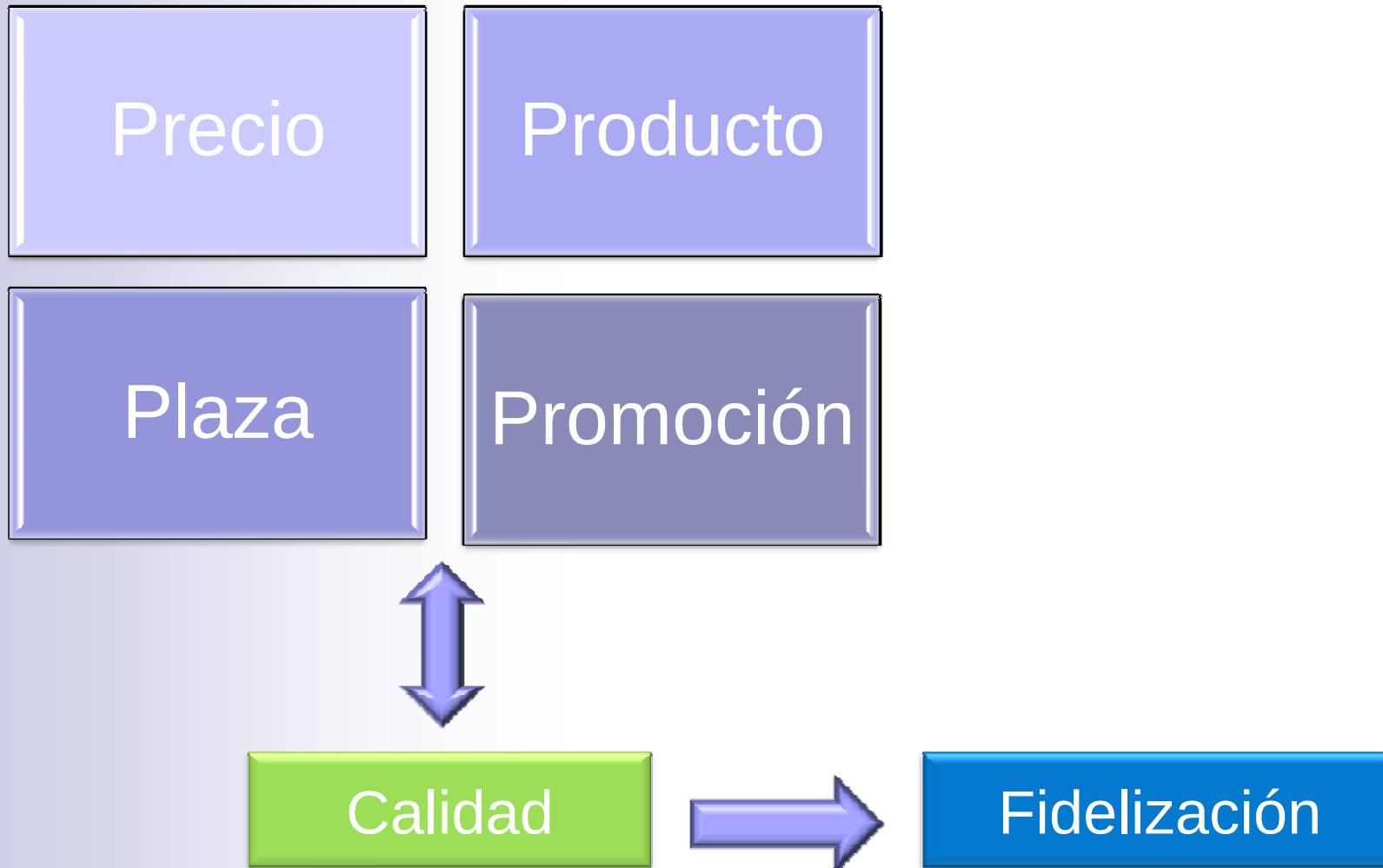


Marketing v/s “Promoción”

- Conocer al Cliente
- Llevar productos donde está el Cliente
- Diseñar el producto en base al Cliente
- Estructurar políticas de precio hacia el segmento objetivo
- Calidad
- Fidelizar a mis clientes
 - Promoción



Marketing v/s “Promoción”



Características del Mercado Europeo

- Mercado que explica sobre el 60% del turismo emisor mundial
- Altos niveles de gasto en turismo y ocio
- Fuertes niveles de turismo dentro de la CE



Ociotipos

Hedonistas

E- Inquietos

Trabajoadictos

Socioactivos

Implicados

Rutinarios

Consolidados

Pasivos



Ociotipos

Hedonistas

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

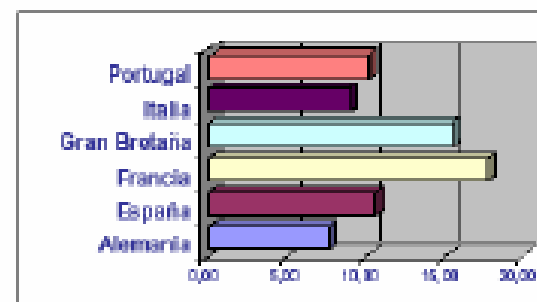
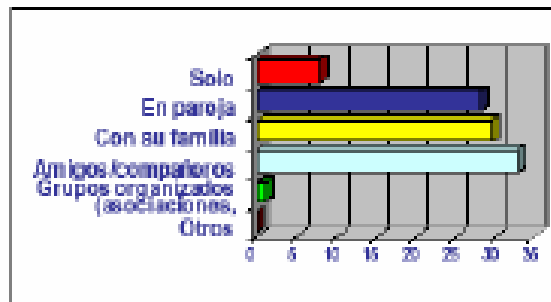
Sexo: Hombres (58%), mujeres (42%)

Estado civil: Soltero (40%)

Actividad: Estudiantes (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%

23%

Presupuesto ocio

Satisfacción

Bastante+ Muy satisfecho = 79%

Poco+Nada satisfecho = 9%



Ociotipos

E-Inquietos

Actividades preferidas

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

Relación social

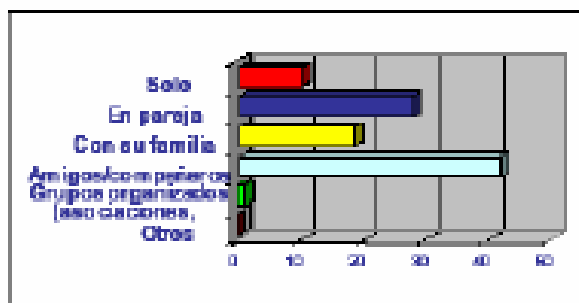
Características de las actividades preferidas

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%

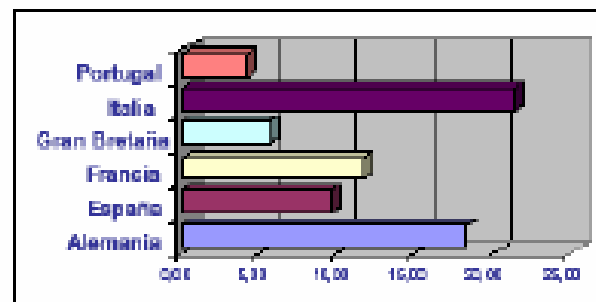
Más de dos = 44%

Presupuesto ocio

27%

Satisfacción

Bastante+ Muy satisfecho = 78%



Ociotipos

Trabajoadictos

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

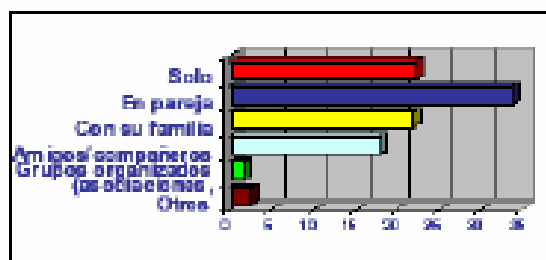
Sexo: Hombres (54%), mujeres (46%)

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%

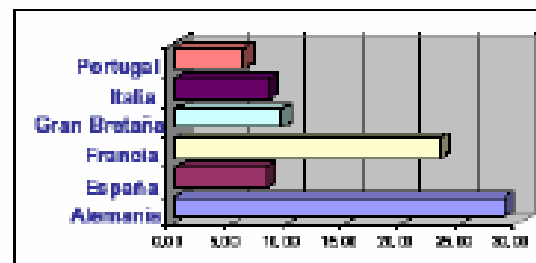
Más de dos = 38%

Presupuesto ocio Satisfacción

19%

Bastante+ Muy satisfecho = 75%

Poco+Nada satisfecho = 9%



Ociotipos

Socioactivos

Actividades preferidas

Relación social
Sol y playa
Relax/hedonismo
Entretenimiento y diversión

Deporte
Multimedia

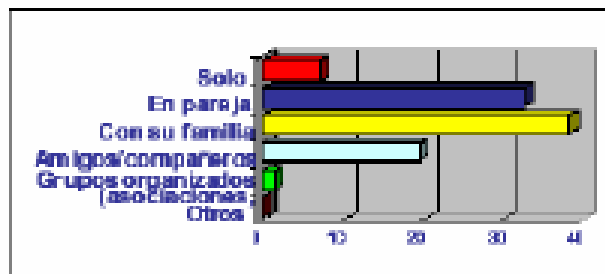
Características de las actividades preferidas

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

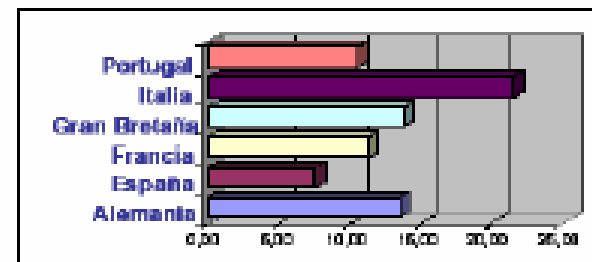


Periodos vacaciones

Un solo periodo = 40%
Dos periodos = 24%
Más de dos = 36%

Presupuesto ocio Satisfacción

19%
Bastante+ Muy satisfecho = 77%
Poco+Nada satisfecho = 12%



Ociotipos

Implicados

Actividades preferidas

Relax/hedonismo
Deporte
Aire libre
Actividades educativas
Cultura

Entretenimiento/diversión
Multimedia pasivo

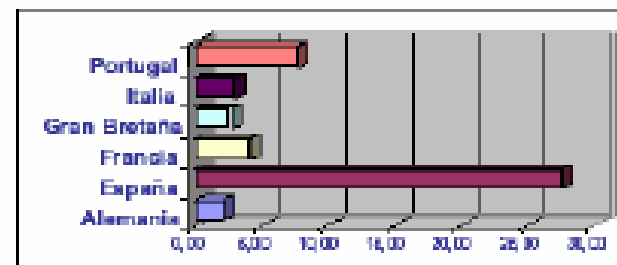
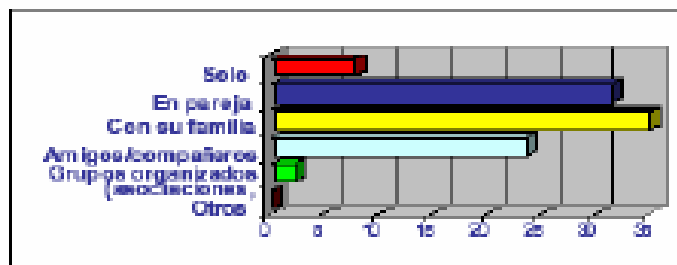
Características de las actividades preferidas

Innovación/efuerzo
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: Medibajo



Periodos vacaciones

Un solo periodo = 45%
Dos periodos = 24%
Más de dos = 31%

Presupuesto ocio Satisfacción

20%
Bastante+ Muy satisfecho = 70%
Poco+Nada satisfecho = 10%



Ociotipos

Rutinarios

Actividades preferidas

Baja intensidad:
Deporte
Actividades educativas
Multimedia pasivo

Relax/hedonismo
Cultura

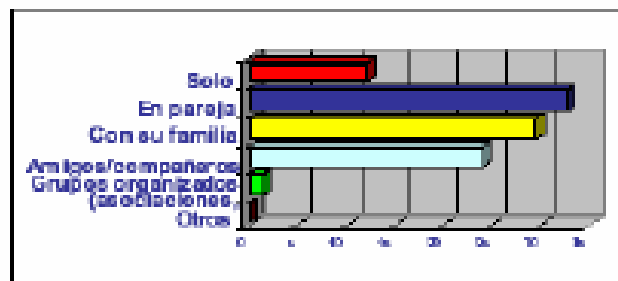
Características de las actividades preferidas

Moda
Individual

Barata

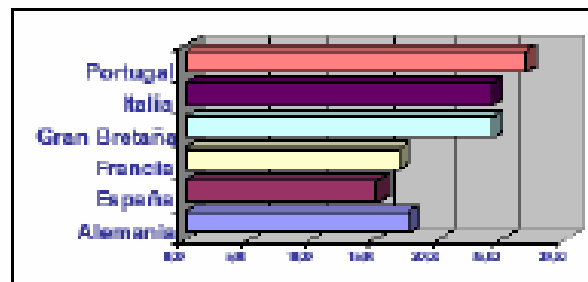
Variables demográficas

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%



Presupuesto ocio Satisfacción

19%
 Bastante+ Muy satisfecho = 77%
 Poco+Nada satisfecho = 7%



Ociotipos

Consolidados

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

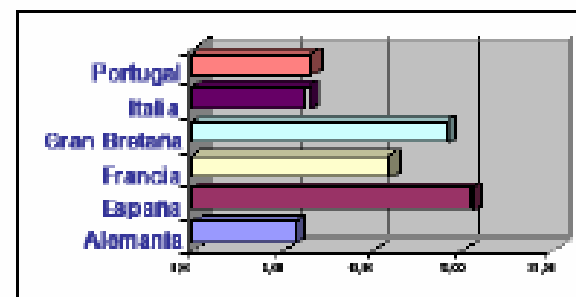
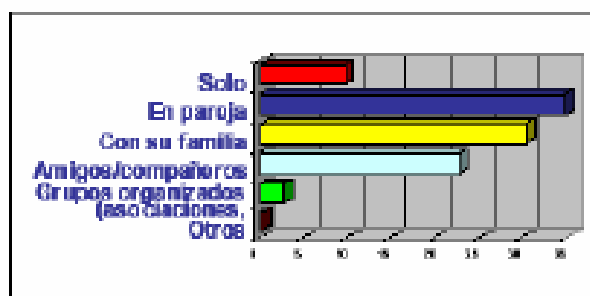
Sexo: Hombres (44%), mujeres (56%)

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%

Presupuesto ocio

16%

Satisfacción

Bastante+ Muy satisfecho = 79%

Poco+Nada satisfecho = 7%



Ociotipos

Pasivos

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

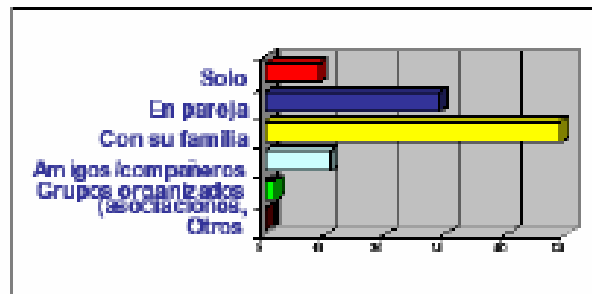
Sexo: Hombres (38%), mujeres (62%)

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%

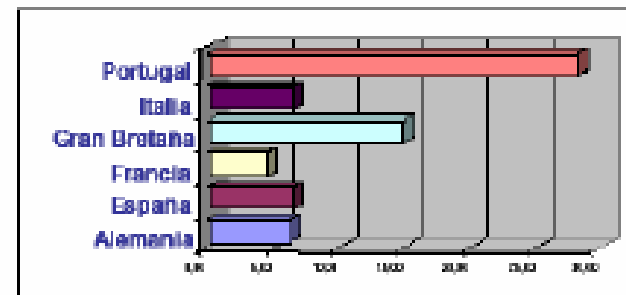
Más de dos = 18%

Presupuesto ocio

Satisfacción

Bastante + Muy satisfecho = 56%

Poco + Nada satisfecho = 15%



IN554 MODELOS DE GESTIÓN TURÍSTICA

Esteban Zárate R.

Semestre Primavera 2007

09-oct-07



UNIVERSIDAD DE CHILE
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
IN554 MODELOS DE GESTION TURISTICA