



COMPORTAMIENTO VACACIONAL DE LAS FAMILIAS TALQUINAS PERTENECIENTES A ESTRATO ABC1 C2C3

VALERIA ANDREA PIZARRO GHERARDELLI

CLAUDIA ANDREA SOTO GALVEZ

INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN

RESUMEN

El objetivo principal de este estudio, es determinar el comportamiento vacacional de las familias talquinas pertenecientes a los G.S.E. (Grupo Socioeconómico) ABC1 y C2C3. Se espera que los resultados arrojados por este estudio puedan ser utilizados por empresas oferentes, para conocer más acerca de las necesidades de los clientes, sus preferencias y comportamiento al momento de tomar la decisión de salir de vacaciones, para de este modo enfocar el negocio a estos requerimientos, y no desperdiciar esfuerzos ni recursos intentando atraer a los clientes ofreciéndoles atributos que no son valorados por ellos. Para lograr los objetivos de la investigación, se realizó un cuestionario en el mes de Octubre de 1999, a 180 hogares, en 10 poblaciones de la Ciudad de Talca representativas de los grupos socioeconómicos antes mencionados. Estos objetivos se realizaron a través de dos etapas: cualitativa y cuantitativa: La etapa cualitativa que sirvió como base, para obtener información acerca del tema en estudio, información que se obtuvo a través de bibliografía, entrevista con expertos en el tema y académicos de la Universidad de Talca. La etapa cuantitativa permitió hacer inferencias válidas de la muestra poblacional, por medio de un cuestionario estructurado que fue aplicado a la muestra, para un nivel de confianza del 95% y un error de 3.65%. A lo anterior se suma la supervisión realizada en terreno en caso de existir incoherencias y problemas en las respuestas de los encuestados, lo que permitió validar aún más los datos y obtener conclusiones válidas, debido al bajo nivel de error en que se incurrió.

Las principales conclusiones indican que los hábitos turísticos de las familias talquinas pertenecientes a los G.S.E. en estudio realizan sus vacaciones en el periodo estival, siendo enero y febrero los meses más preferidos para tomarlas, realizan un viaje al atractivo turístico aproximado, entre 1 a 6 horas y el G.S.E. ABC1 es el que más gasta en

comparación al resto. La toma de decisión del centro de compra, sobre las vacaciones es compartida, donde participan principalmente el jefe de hogar, la dueña de casa y los hijos, el destino vacacional con preferencia es la playa y luego el campo, lo que indica que existen grandes oportunidades para desarrollar otros tipos de turismo.

Palabras claves: Turismo, Hábitos, Centro de Compras, Atributos, Grupo Socioeconómico (G.S.E.), Comportamiento Vacacional, Ciclo Etareo.