



LEISURE PARTNERS
REAL ESTATE SOLUTIONS



La importancia del tiempo compartido

Tipos de propiedad vacacional

¿Qué es el tiempo compartido o propiedad vacacional?



- Grupo de personas que comparten el costo de una propiedad vacacional
- La palabra tiempo compartido...
Propiedad vacacional
- Uso de una semana o mas de un producto vacacional por un numero determinado de años
- 1/52
- Precio
- Obligaciones y derechos

Breve Historia

- 1963 Hapimag Suiza
 - Primer Sistema de puntos
- 1964 SuperDevoluy – Alpes Franceses
 - “Es más barato comprar el hotel que rentar un cuarto”
- 1965 Hilton Hale Kaanapali – Maui, Hawái
 - Primer condo-hotel en tiempo compartido
- 1969 Condominio independiente Kauai Kauai
- 1973 Escritura de semana Brockway Springs en Lake Tahoe
- 1974 RCI



LEISURE PARTNERS
REAL ESTATE SOLUTIONS

Propiedad Vacacional en EUA

HYATT

The logo features a stylized sun with rays above the text "Marriott VACATION CLUB".

80's en adelante

- Marriot Vacation Club
- Disney Vacation Club
- Hilton Grand Vacation
- Club Med
- Blue Green Resorts
- Hyatt Vacation Club
- Shell Vacations Club
- Perennial Vacation Club

The logo consists of three blue circles of varying sizes, with the largest one containing a globe, next to the text "Disney Vacation Club".

The logo features a stylized "H" in a circle above the text "Hilton Grand Vacations".

The logo has a blue and green wavy graphic above the text "bluegreen".

The logo shows a stylized house with a palm tree and a red path leading to the ocean, with the text "SHELL VACATIONS CLUB" and "POINTING THE WAY" below.

Club Med 

The logo features a green stylized tree or plant icon next to the text "LEISURE PARTNERS" and "REAL ESTATE SOLUTIONS" below.

La Propiedad Vacacional en México

- Maeva Las Hadas
- Barco "Royal Prince"
- Mayan Palace
- Royal Holiday
- Pueblo Bonito
- Royal Resorts
- Palace Resorts
- Club Regina
- Fiesta Americana
- Villa Group



Tipos de Propiedad Vacacional



- Con título de propiedad
- Leasehold
- Derecho de Uso

Sub-tipos de Propiedad Vacacional



- Semana Fija
- Semana Flotante
- Sistema de puntos

Propiedad Fraccional



- Fraccional
 - Compra parcial de una propiedad
 - Propiedades de lujo
- Club de Residencias Privadas
 - Propiedades ultra lujo
 - Servicios
- Destination Clubs
 - Membresías
 - No eres dueño

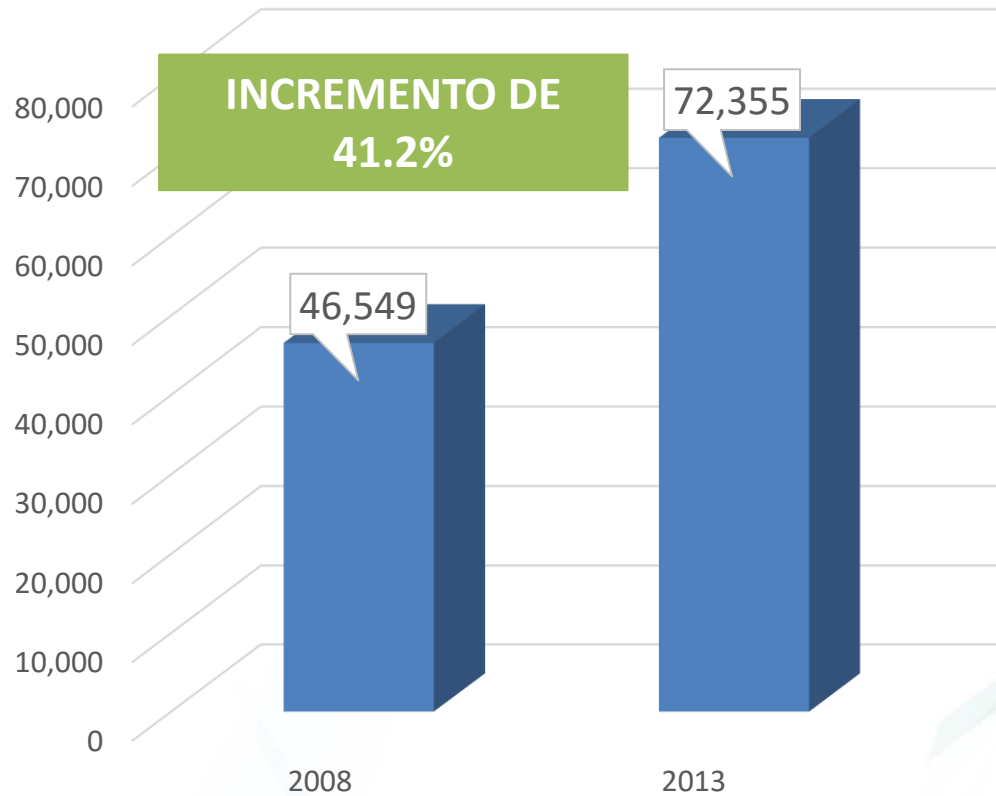
AMDETUR - Enero 2015

La Importancia Del Tiempo Compartido Para El Turismo En Mexico

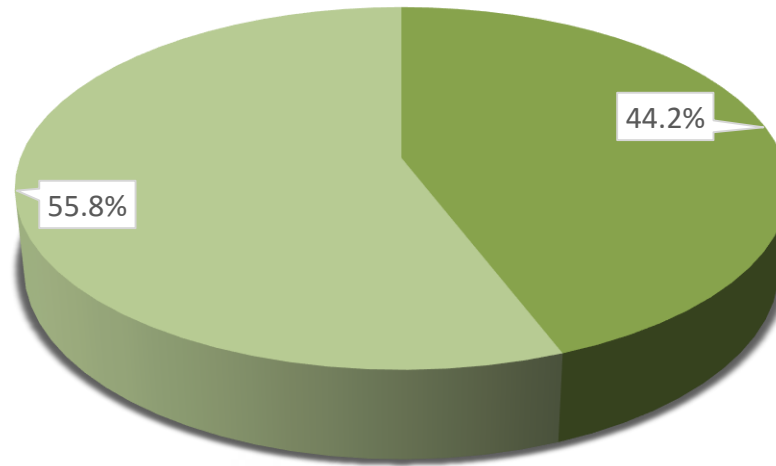


LEISURE PARTNERS
REAL ESTATE SOLUTIONS

Unidades de Tiempo Compartido



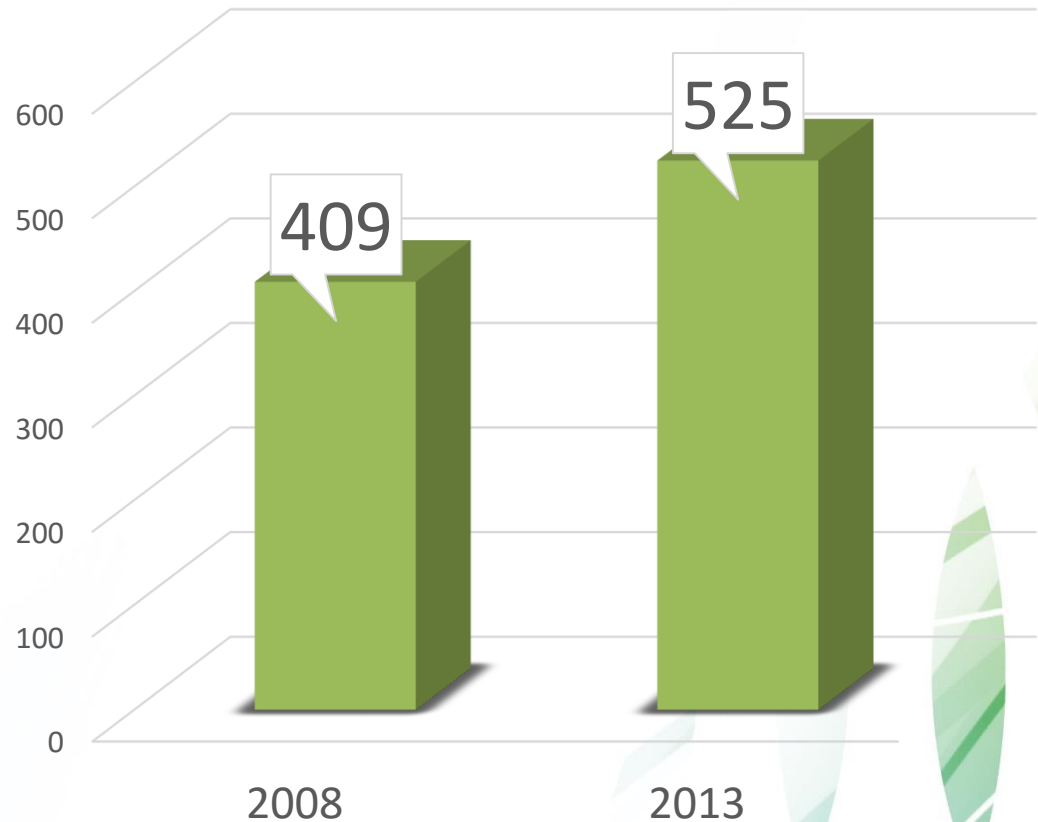
Oferta Hotelera de Calidad



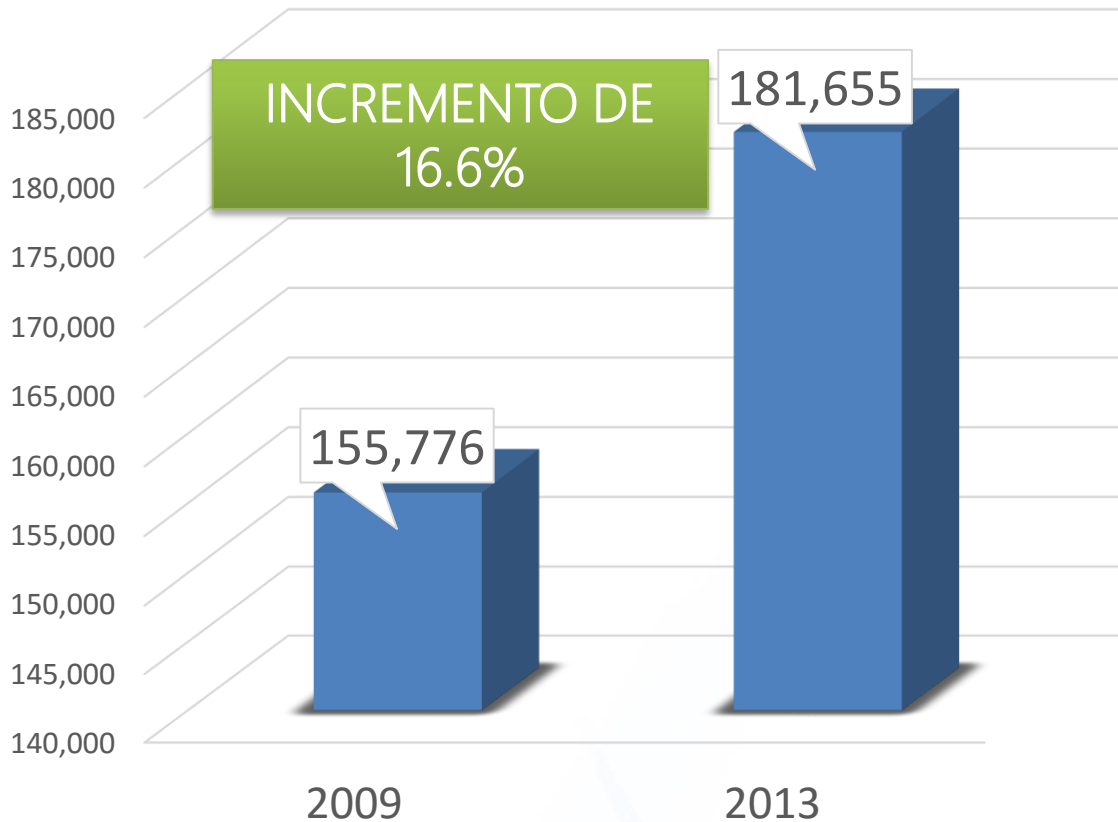
- TIEMPO COMPARTIDO
- HOTELERIA TRADICIONAL

Desarrollos de Tiempo Compartido

INCREMENTO DE
28.4%



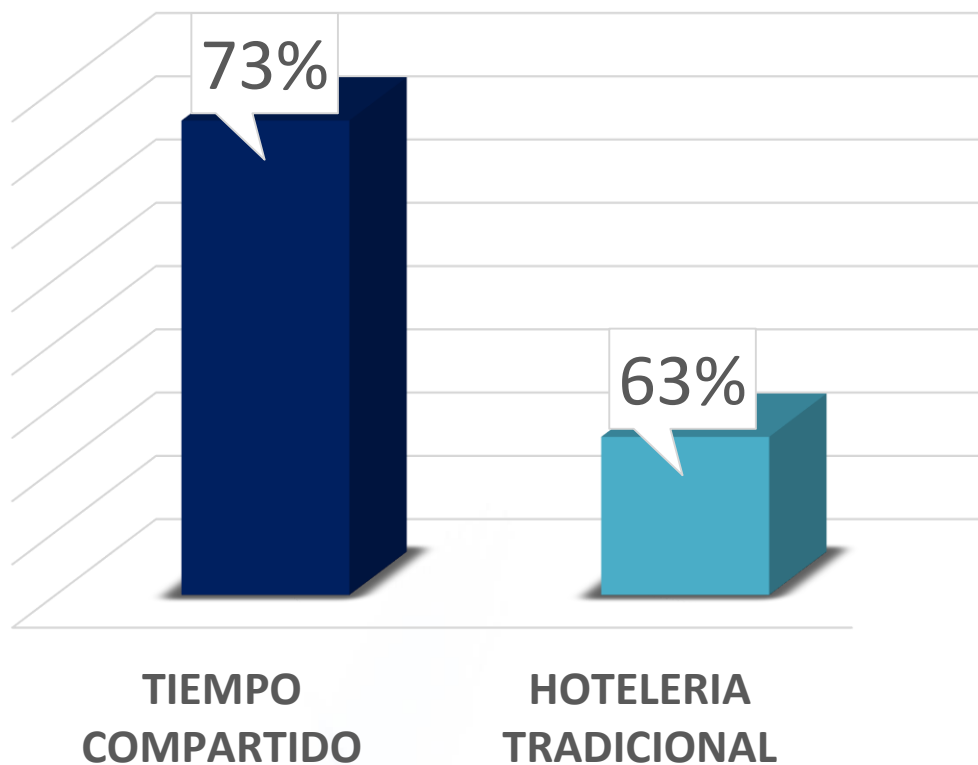
Venta de Intervalos Vacacionales



VENTAS POR
3,100
MILLONES
DE DOLARES

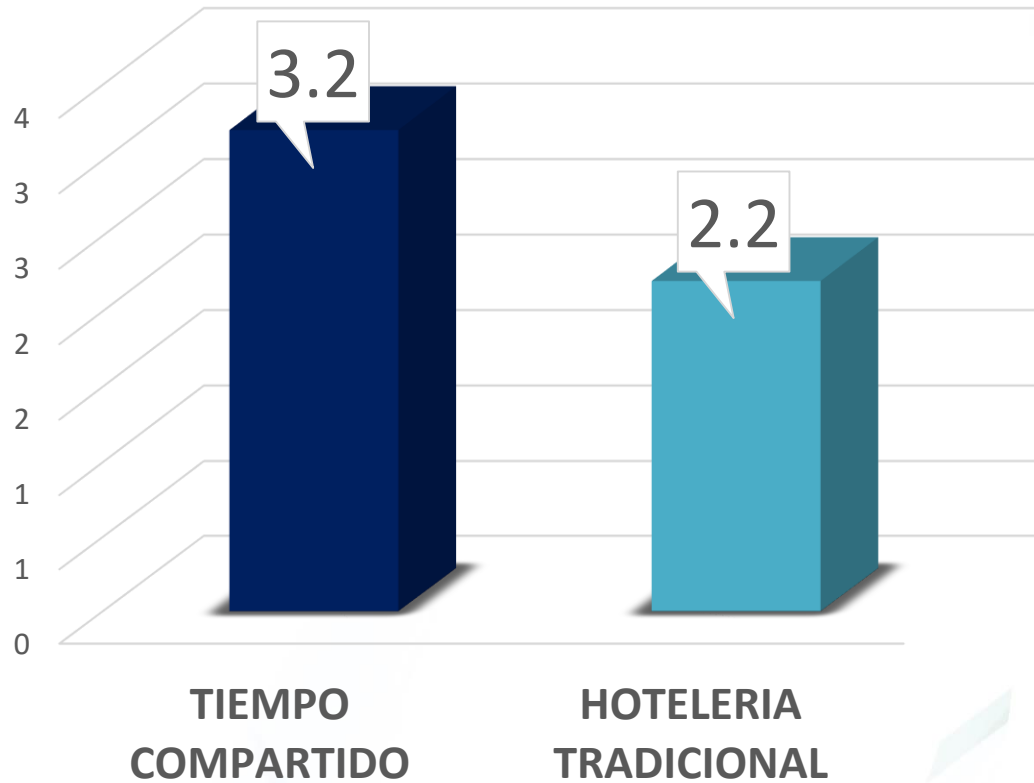


Porcentaje de Ocupación

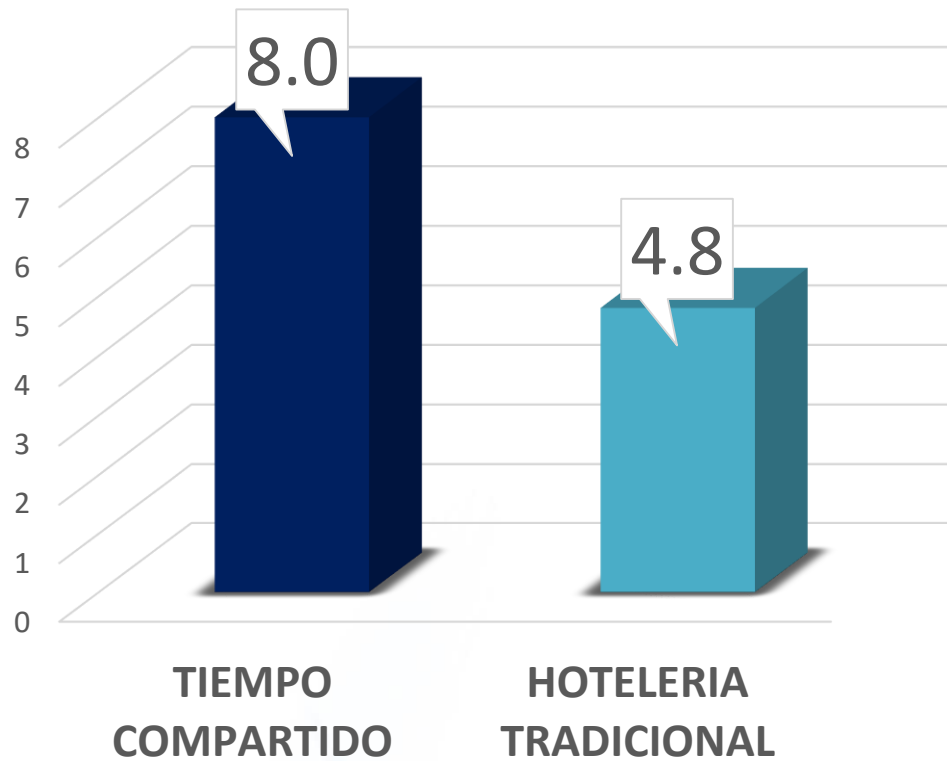


10 PUNTOS
PORCENTUALES
POR ARRIBA

Tamaño de Grupo (Personas)



Estadía Promedio (Días)



3.2 DIAS
ADICIONALES

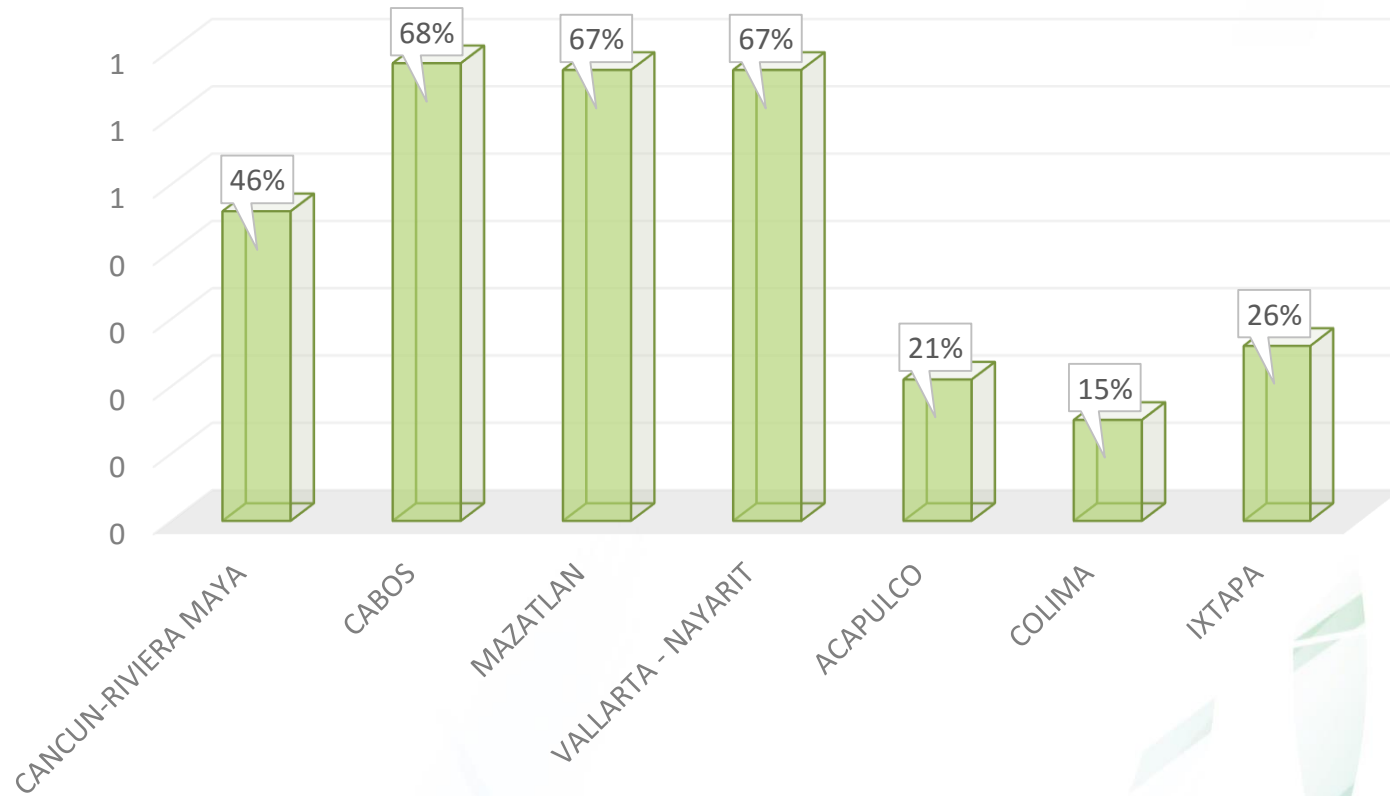
8.8 MILLONES DE TURISTAS
VIAJANDO BAJO ESTA MODALIDAD

DERRAMA POR \$ 4,460 MD EN
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

REPRESENTA EL 32% DE LA
DERRAMA EN TURISMO EN EL 2013



Destinos Turísticos y su Oferta de Tiempo Compartido



México



2° Lugar Mundial en:

- Volumen de Ventas
- Número de Desarrollos

1° Estados Unidos de América

3° Reino Unido

4° Canadá

Perfil del Miembro



CON MAYOR GASTO

MAYOR DERRAMA ECONOMICA EN TODOS
LOS SECTORES

QUE EL GRUPO DE VISITANTES SEA MAYOR

CON MAYOR ESTADÍA EN NUESTRO PAÍS

TURISTA REPETITIVO

QUE CAMBIE LA ESTACIONALIDAD DE LAS
TEMPORADAS



LEISURE PARTNERS
REAL ESTATE SOLUTIONS

Propietario de Tiempo Compartido



2.5 MILLONES DE
PROPIETARIOS EN
MÉXICO

11.6 MILLONES EN EL
MUNDO



BUSCANDO EN QUE LUGAR
DISFRUTAR SUS PROXIMAS
VACACIONES

Propiedad Vacacional en México

Información 2008 – 2013

Concepto	2008	% A/A	2009	% A/A	2010	% A/A	2011	% A/A	2012	% A/A	2013	% A/A
Desarrollos con TC	409	1.5	429	4.9	450	4.9	480	6.7	505	5.2	525	4.0
Semanas Vendidas	196,527	7.8	155,776	-20.7	152,457	-2.1	160,824	5.5	176,103	9.5	181,655	3.2
Semanas adquiridas por Compradores Extranjeros	148,846	4.6	120,817	-18.8	110,387	-8.6	119,948	8.7	132,046	10.0	136,755	3.6
Semanas adquiridas por Compradores Nacionales	47,681	19	34,959	-26.7	42,070	20.3	40,876	-2.8	44,057	7.8	44,900	1.9
% de Compradores Extranjeros	75.7%	-3	77.6%	2.5	72.4%	-6.7	74.6%	3	72.4%	-2.9	74.6%	3.0
% de Compradores Nacionales	24.3%	10.5	22.4%	-7.8	27.6%	23.2	25.4%	-8	25.0%	-1.5	24.7%	-1.2
% Oferta de TC sobre total de hospedaje	38.6%	=	39.7%	2.9	41.2%	3.8	43.8%	6.3	44.2%	-0.9	40.5%	-8.3
Tasa ocupación de TC	74%	=	65%	-12.2	67%	3.1	69%	3	67%	-2.9	72%	7.4
% Sobre tasa de ocupación hotelería	16%	14.3	10%	-37.5	15%	50	12%	-20	15%	25	11%	-26.7

DERRAMA ECONÓMICA

Derrama económica (solo ventas)	\$3.9 mmdd	8.3	\$2.7 mmdd	-30.8	\$2.8 mmdd	3.7	\$3.1 mmdd	10.7	\$3.1 mmdd	0	\$3.1 mmdd	0
Precio de lista promedio	US\$ 20,144	12.3	US\$ 17,678	-12.2	US\$ 18,678	5.7	US\$ 19,099	2.26	US\$ 17,601	-7.8	US\$ 17,025	-3.3

Año Excepcional para la Industria EUA



El Timeshare Impulsando la Economía de USA

