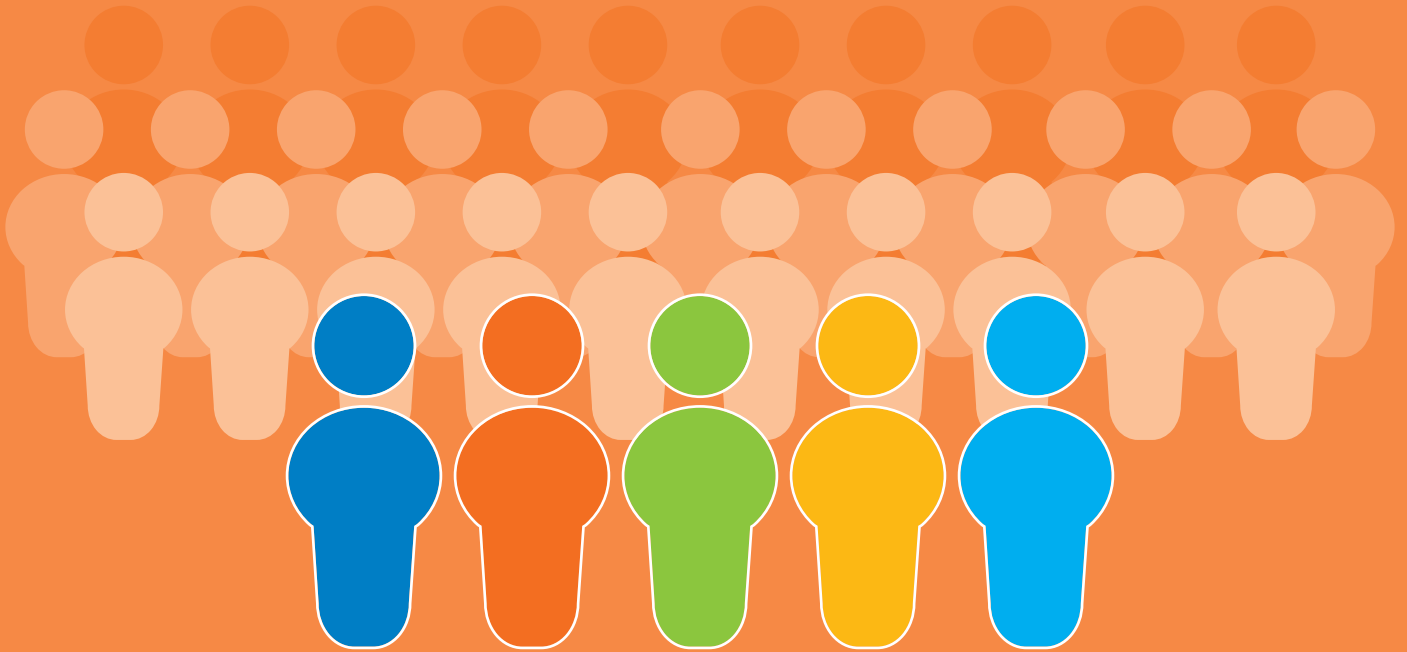


Perfil de los afiliados, 2015 Edición de Colombia

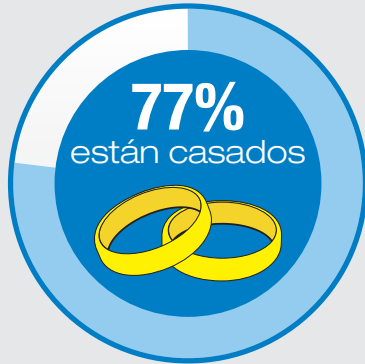


El estudio *Perfil de los afiliados, 2015 – Edición de Colombia* analiza ciertos indicadores claves de los afiliados de Interval International residentes en Colombia. Esta información incluye datos demográficos, hábitos, preferencias y patrones de viajes de recreación; características de compras futuras; el deseo de contar con experiencias vacacionales alternativas y el uso de los medios sociales y la tecnología.

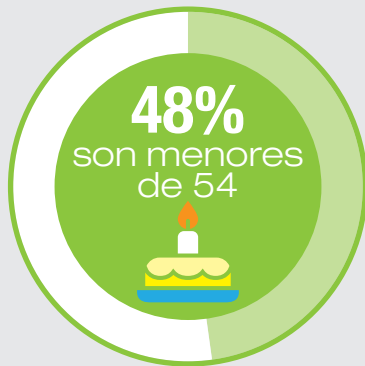


DATOS DEMOGRÁFICOS

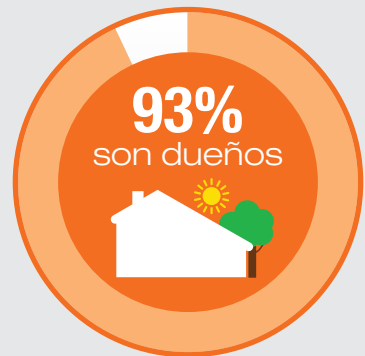
Estado civil



Edad



Vivienda principal

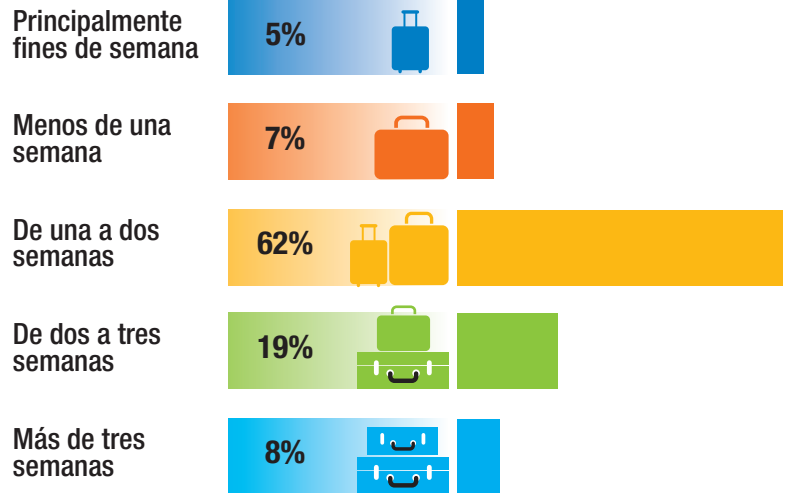


Núcleo familiar



El afiliado residente en Colombia típico vive en un grupo familiar que contiene aproximadamente 4 personas

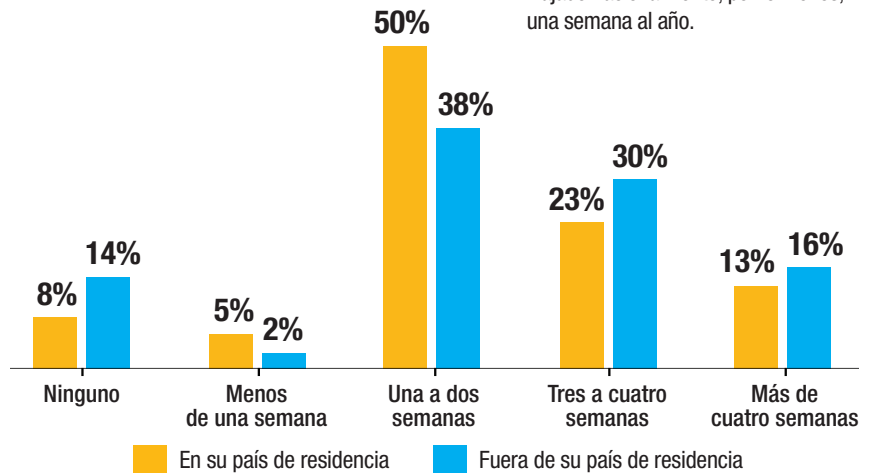
DURACIÓN DE LOS VIAJES DE RECREACIÓN*



VIAJES NACIONALES E INTERNACIONALES*

Cantidad total de tiempo que dedicaron a viajes de recreación

Casi nueve de cada 10 socios residentes en Colombia informaron que habían viajado una semana o más al año en viajes internacionales. Más de nueve de cada 10 respondieron haber viajado nacionalmente, por lo menos, una semana al año.



75%
poseen solo una
semana de tiempo
compartido



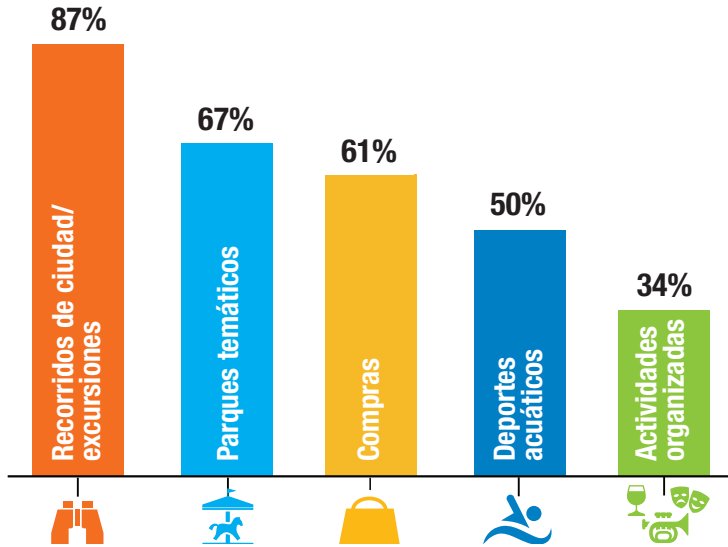
PLANIFICACIÓN

84%



dicen que sus hijos o nietos tienen influencia en los planes vacacionales de la familia

LAS 5 ACTIVIDADES VACACIONALES MÁS DESEADAS**



LAS 5 INSTALACIONES Y SERVICIOS PREFERIDOS EN EL COMPLEJO**



TECNOLOGÍA

74%



Búsqueda de información de viaje**

Por gran mayoría, los afiliados residentes en Colombia se atienden a su propia búsqueda de información en línea al hacer sus planes vacacionales, seguido de recomendaciones de amigos o familiares.

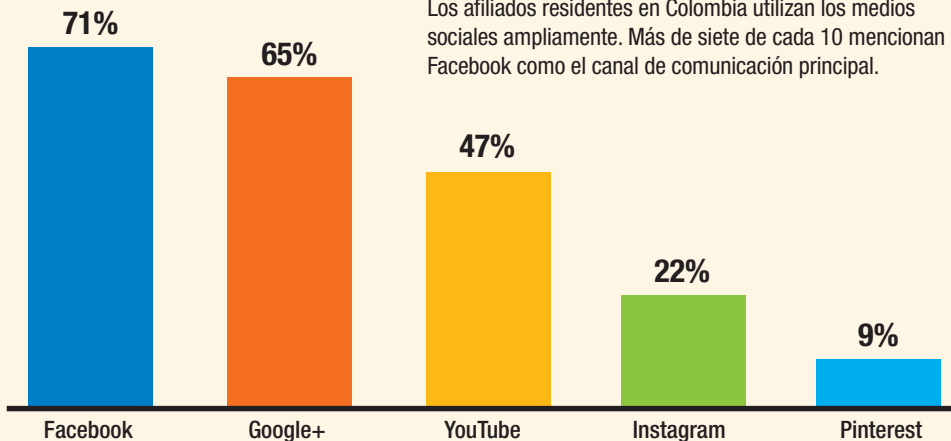
Dispositivos electrónicos**

Tableta Android, tableta Windows, lector electrónico (Kindle, Nook), iPad, iPad Mini y *smartphone* (iPhone, Android, Blackberry).

90%
poseen
smartphones

Medios sociales**

Los afiliados residentes en Colombia utilizan los medios sociales ampliamente. Más de siete de cada 10 mencionan Facebook como el canal de comunicación principal.



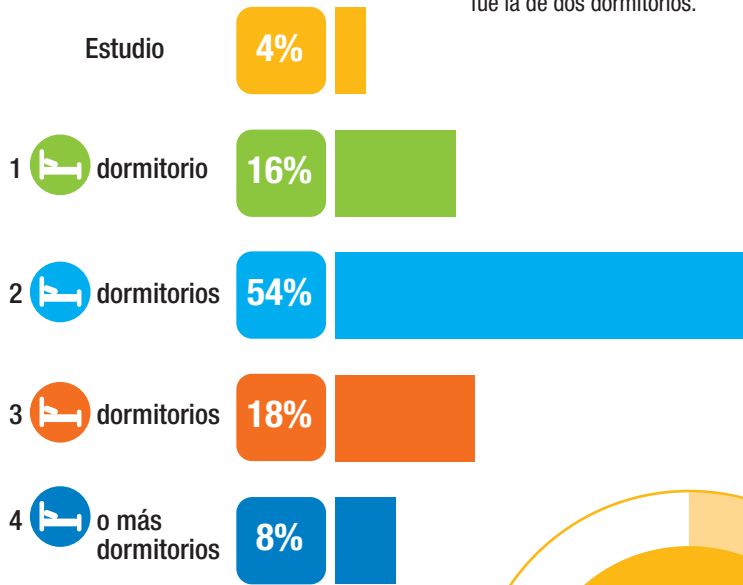
82%
usan dispositivos
electrónicos para
buscar/reservar
viajes



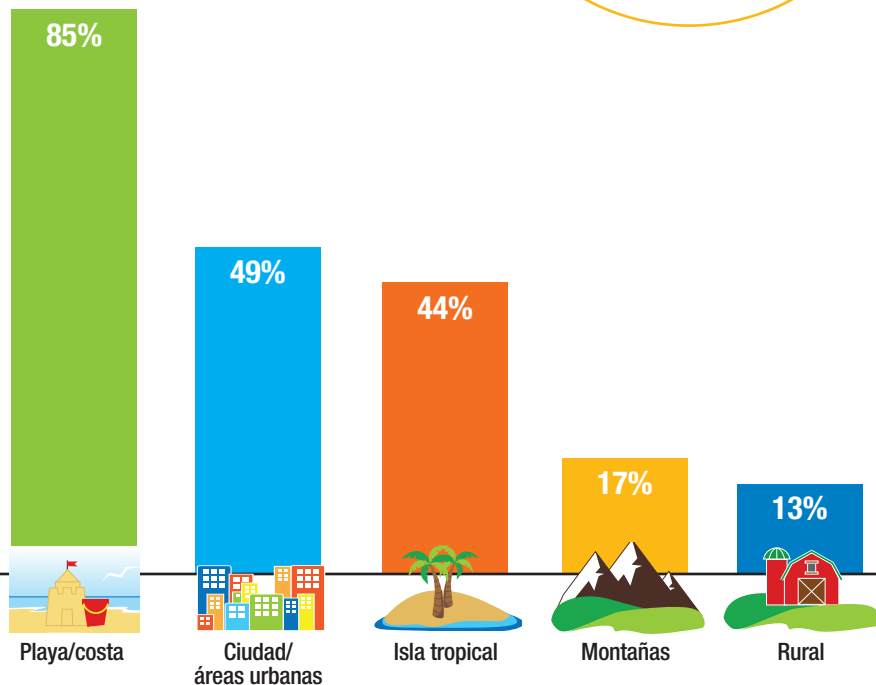
COMPRA FUTURA

Tamaño preferido de unidad

Para aquellos afiliados que indicaron la probabilidad de adquirir tiempo vacacional extra, la unidad indicada con más frecuencia fue la de dos dormitorios.



Las 5 características geográficas preferidas**



*Debido al redondeo de las cifras los porcentajes no suman 100.
**Se permitieron múltiples respuestas.

VACACIONES ALTERNATIVAS

Crucero



muestran interés en tomar un crucero en los próximos dos años.

Vacaciones con todo incluido



Más del 65% de los afiliados residentes en Colombia indicaron interés en tomar unas vacaciones con todo incluido en los próximos dos años.



recomendarían a familiares o amigos que compren propiedad de tiempo compartido

PIENSE GLOBALMENTE

Si bien los Estados Unidos es el mercado más grande de Interval, nuestros socios residen en todo el mundo y la afiliación a Interval les permite la oportunidad de viajar tan cerca o tan lejos de su país de residencia como lo deseen.

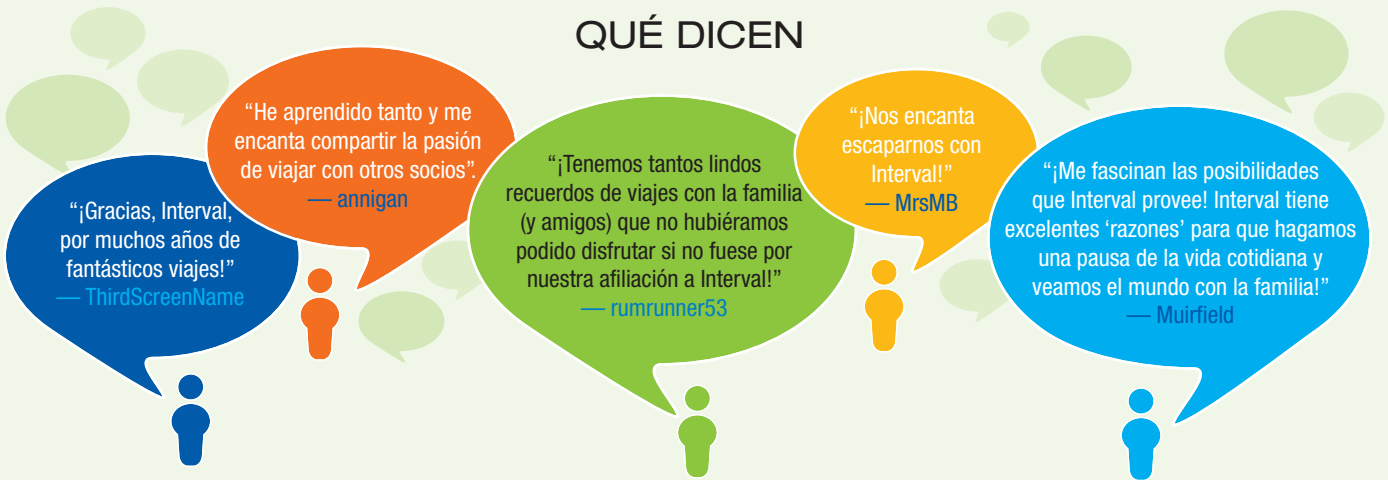
DE DÓNDE SON



198

países conforman los hogares de los socios de Interval

QUÉ DICEN



La información relativa a los lugares de residencia se obtuvo antes del 30 de junio, 2015; los datos concernientes a los destinos son del 2014 y todas las citas de los socios (y nombres de pantalla) provienen del foro de la Comunidad en línea de Interval.

EE. UU.

MÉXICO

Crucero



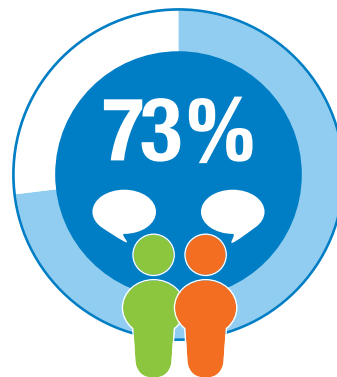
muestran interés en tomar un crucero en los próximos dos años.

Vacaciones con todo incluido



Más de uno de cada tres

afiliados residentes en EE. UU. indicaron interés en tomar unas vacaciones con todo incluido en los próximos dos años.



recomendarían a familiares o amigos que compren propiedad de tiempo compartido

82%



se sienten satisfechos con los servicios y beneficios que ofrece Interval International

Con excepción de la información presentada en el panel “Piense globalmente”, los datos para este análisis se obtuvieron de una encuesta realizada en línea a afiliados de Interval International residentes en Colombia, entre los meses de diciembre del 2014 a febrero del 2015. Los encuestados fueron invitados a participar al azar vía correo electrónico. Los participantes sumaron un total de 400 encuestados que resultó en un margen de error del $\pm 4,9\%$ con un nivel de confianza del 95%. Los datos para los mercados presentados fueron recopilados mediante encuestas en línea a afiliados de Interval International residentes en México y los Estados Unidos, respectivamente. Todos los estudios se realizaron entre diciembre de 2014 y febrero de 2015. Los participantes fueron invitados a participar mediante mensajes de correo electrónico enviados exclusivamente a una muestra aleatoria de cada área del mercado. En México, los participantes sumaron un total de 462 encuestados, con un margen de error de muestreo estimado de $\pm 4,6\%$ con un nivel de confianza del 95%. En los Estados Unidos, el total de participantes fue de 1,502 encuestados, con un margen de error de muestreo estimado de $\pm 2,5\%$ con un nivel de confianza del 95%.



IntervalWorld.com
ResortDeveloper.com

