

Perfil de los afiliados, 2015 Edición de México

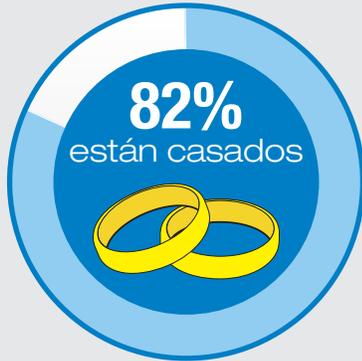


El estudio *Perfil de los afiliados, 2015 – Edición de México* analiza ciertos indicadores claves de los afiliados de Interval International residentes en México. Esta información incluye datos demográficos, hábitos, preferencias y patrones de viajes de recreación; características de compra futuras;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

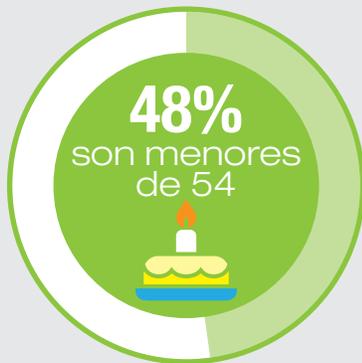


DATOS DEMOGRÁFICOS

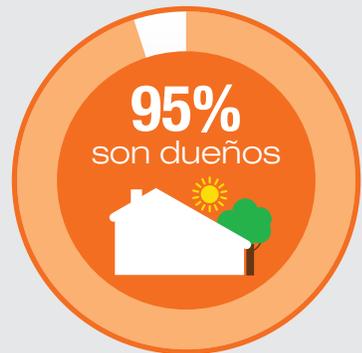
Estado civil



Edad



Vivienda principal

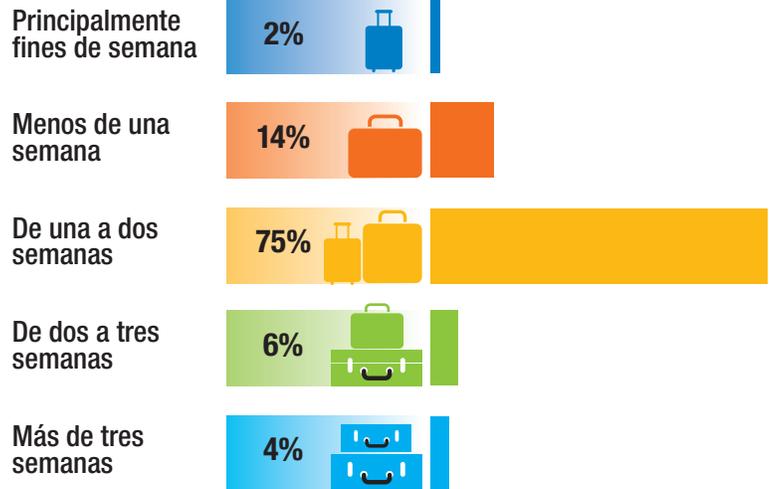


Núcleo familiar



El afiliado residente en México típico vive en un grupo familiar que contiene casi 4 personas

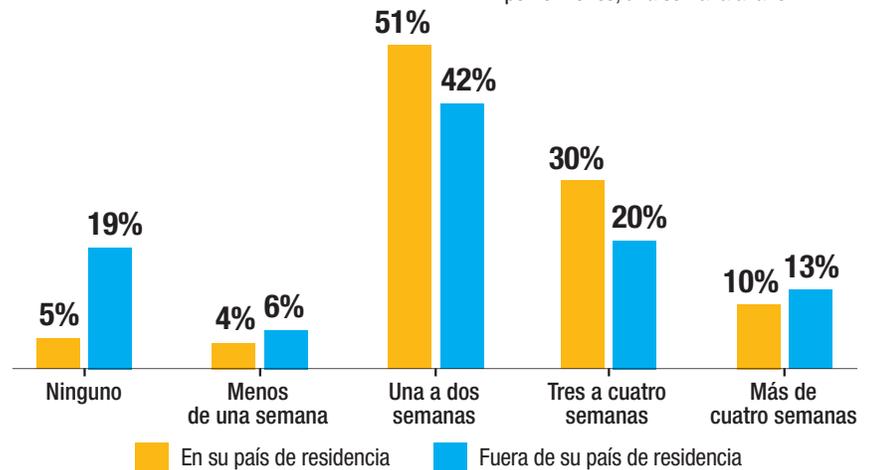
DURACIÓN DE LOS VIAJES DE RECREACIÓN*



VIAJES NACIONALES E INTERNACIONALES*

Cantidad total de tiempo que dedicó a viajes de recreación

Tres de cada cuatro socios residentes en México 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.



47%
poseen solo una
semana de tiempo
compartido



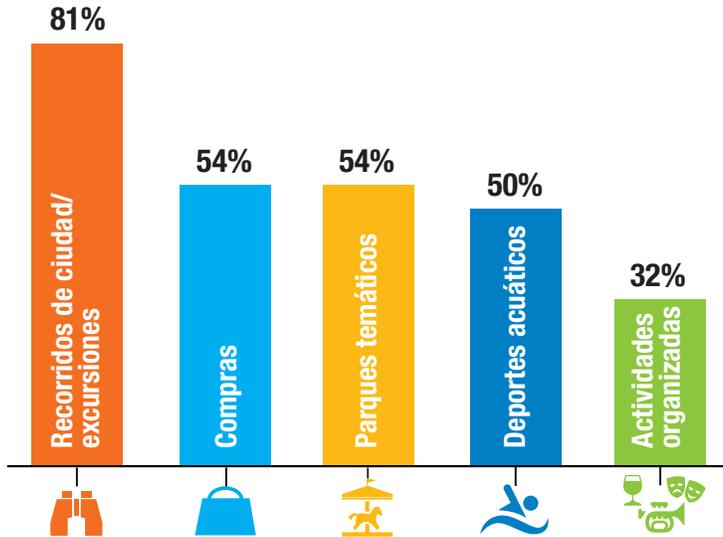
PLANIFICACIÓN

81%

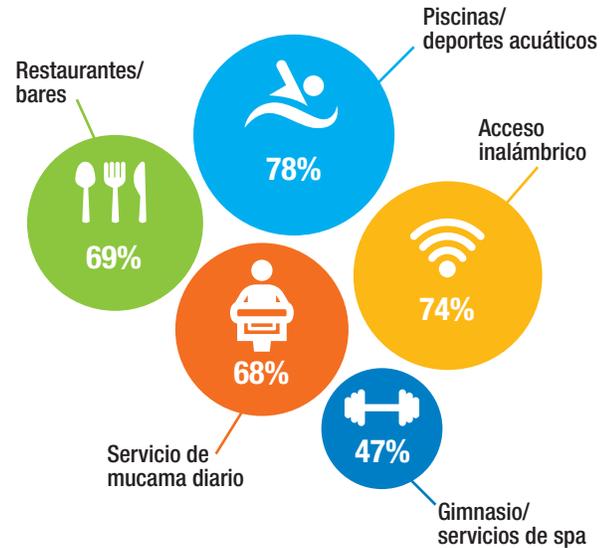


dicen que sus hijos o nietos tienen influencia en los planes vacacionales de la familia

LAS 5 ACTIVIDADES VACACIONALES MÁS DESEADAS**



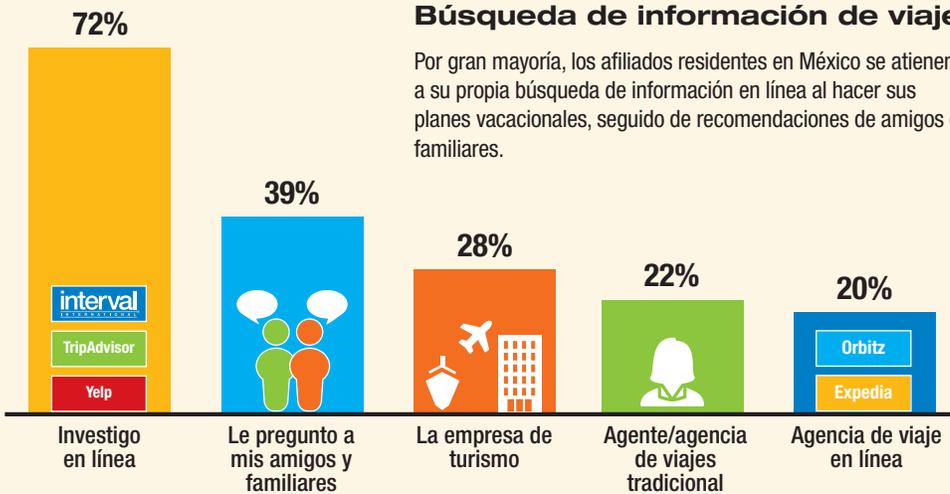
LAS 5 INSTALACIONES Y SERVICIOS PREFERIDOS EN EL COMPLEJO



TECNOLOGÍA

Búsqueda de información de viaje**

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



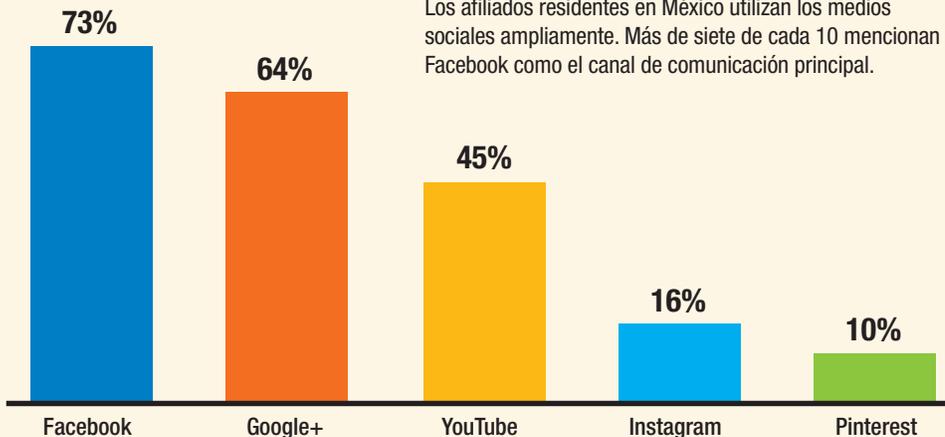
Dispositivos electrónicos**

Tableta Android, tableta Windows, lector electrónico (Kindle, Nook), iPad, iPad Mini y teléfono inteligente (iPhone, Android, BlackBerry).

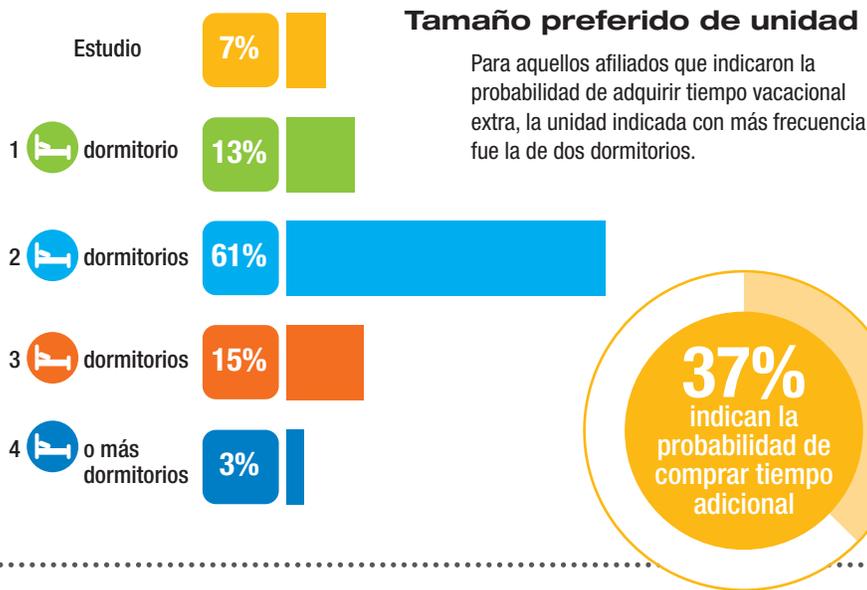


Medios sociales**

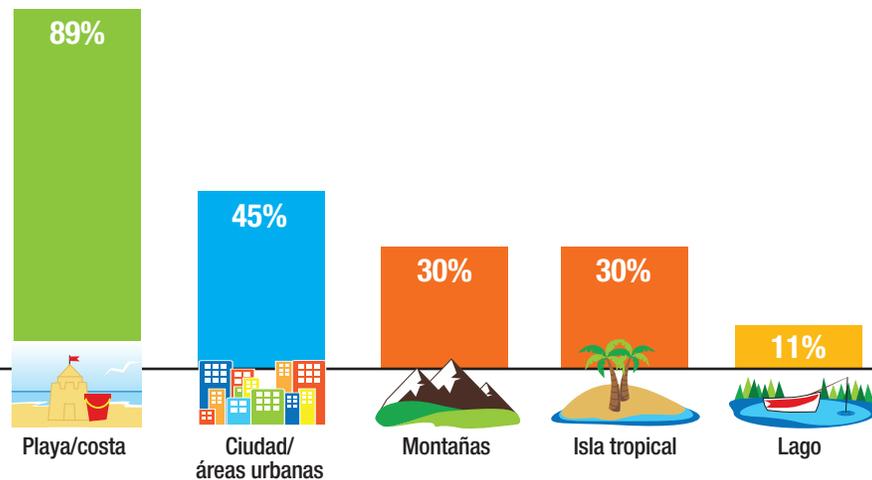
Los afiliados residentes en México utilizan los medios sociales ampliamente. Más de siete de cada 10 mencionan Facebook como el canal de comunicación principal.



COMPRA FUTURA*



Las 5 características geográficas preferidas**



SATISFACCIÓN

82%



se sienten satisfechos con su propiedad de tiempo compartido

82%



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

*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 50%

de los afiliados residentes en México 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.

BRASIL

COLOMBIA



recomendarían a familiares o amigos que compren propiedad de tiempo compartido

PLANIFICACIÓN



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



recomendarían a familiares o amigos que compren propiedad de tiempo compartido

75%
poseen solo una semana de tiempo compartido



Con excepción de la información presentada en el panel “Piense globalmente”, los datos para este análisis se obtuvieron a partir de entrevistas realizadas en línea a afiliados de Interval International residentes en México, entre los meses de diciembre del 2014 a febrero del 2015. Las personas encuestadas fueron invitadas a participar al azar vía correo electrónico. Participaron en la encuesta un total de 462 encuestados que resultó en un margen de error total estimado del $\pm 4.6\%$ con un nivel de confianza del 95%. Los datos para los mercados brasilero y colombiano fueron recopilados mediante encuestas en línea a afiliados de Interval International residentes en Brasil y Colombia respectivamente. Ambos estudios se realizaron entre los meses de diciembre del 2014 a febrero del 2015. En ambos países los participantes fueron invitados a participar al azar vía correo electrónico. En Brasil, los participantes sumaron un total de 343 encuestados que resultó en un margen de error total estimado del $\pm 5.3\%$ con un nivel de confianza del 95%. En Colombia, el total de participantes fue de 400 encuestados que resultó en un margen de error total estimado del $\pm 4.9\%$ con un nivel de confianza del 95%.



IntervalWorld.com
ResortDeveloper.com

