RCI®

ANÁLISIS Y PERSPECTIVAS DE LA PROPIEDAD VACACIONAL

EN LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE

Resumen 2015

RCI®
Somos la empresa líder mundial en la Industria de la Propiedad Vacacional y Bienes Raíces Orientados al Turismo, desarrollando productos para fortalecer y crecer su negocio a través de soluciones de ventas y mercadotecnia, generación de prospectos, intercambio vacacional y operación del club.
SU ALIADO ESTRATÉGICO DE NEGOCIOS.
Más de 40 AÑOS DE LIDERAZGO.
3.8 MILLONES DE SOCIOS A NIVEL GLOBAL.
4,300 DESARROLLOS AFILIADOS EN MÁS DE 100 PAÍSES.
rciaffiliates.com

RCI®

Directorio

Gordon Gurnik
PRESIDENTE

Ricardo Montaudon
PRESIDENTE Y DIRECTOR EJECUTIVO LATINOAMÉRICA

Juan Ignacio Rodríguez
VICEPRESIDENTE SENIOR DE DESARROLLO DE NEGOCIOS LATINOAMÉRICA

Eugenio Macouzet
VICEPRESIDENTE SENIOR Y DIRECTOR GENERAL CARIBE

Ana Laura Acevedo
VICEPRESIDENTE DE PROGRAMAS ESPECIALES LATINOAMÉRICA

Claudia Calderón
VICEPRESIDENTE DE RECURSOS HUMANOS LATINOAMÉRICA

Sergio Carricarte
VICEPRESIDENTE DE INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA LATINOAMÉRICA

Jorge Fernández
VICEPRESIDENTE DE FINANZAS LATINOAMÉRICA

Alfonso Heredia
VICEPRESIDENTE COMERCIAL LATINOAMÉRICA

Gabriel Hernández
VICEPRESIDENTE DE LEGAL LATINOAMÉRICA

Carlos Pérez
VICEPRESIDENTE DE REVENUE MANAGEMENT LATINOAMÉRICA

David Fuentes
DIRECTOR DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE BIENES RAÍCES ORIENTADOS AL TURISMO LATINOAMÉRICA

Gonzalo Seemann
DIRECTOR DE MERCADOTECNIA Y CUENTAS ESTRATÉGICAS LATINOAMÉRICA

Leonel Matiz
GERENTE DE CONSULTORÍA Y ASESORÍA DE BIENES RAÍCES ORIENTADOS AL TURISMO LATINOAMÉRICA

Jannyn Solís
GERENTE DE CONTENIDOS Y PUBLICACIONES LATINOAMÉRICA

Estela Rivera
GRÁFICAS Y ESTADÍSTICAS

Michael Parker e Isabelle Somma
TRADUCCIÓN

AWA Design & Print
DISEÑO GRÁFICO

La información contenida en la presente publicación está basada en estimaciones, suposiciones e información desarrollada por Resort Condominiums International de México, S. de R.L. de C.V. ("RCI" o "RCI México") derivada de la investigación independiente y del conocimiento general de la industria. Este informe está basado en información vigente al 2015. RCI no es responsable de las acciones que con base en este informe sean tomadas por lectores o usuarios del mismo. La información en esta publicación no constituye asesoría de inversión, y los usuarios de esta publicación son exhortados a realizar sus propias investigaciones y buscar asesoría profesional previa a la toma de cualquier decisión de inversión. Esta publicación y cualquier referencia a RCI no pueden ser utilizadas en relación con cualquier prospecto de negocio, ni ofrecido como informe, u otros documentos o propuestas para inversión o ventas sin previa autorización por escrito de RCI. La posesión de este informe no otorga el derecho a publicar o utilizar el nombre o logotipo de RCI® sin previa autorización por escrito de RCI.

CUALQUIER PUBLICACIÓN, INFORME, SÍNTESIS, RESUMEN O REFERENCIA DEL CONTENIDO DE ESTA PUBLICACIÓN DEBERÁ MENCIONAR CLARA E INEQUÍVOCAMENTE QUE DICHO CONTENIDO PERTENECE A "TORE ADVISORY", UNA DIVISIÓN DE RCI MÉXICO.

"Análisis y Perspectivas de la Propiedad Vacacional Latinoamérica y el Caribe" RESUMEN, edición 2016 es una publicación anual editada por Resort Condominiums International de México S. de R.L. de C.V. Reserva de Derechos No. 04-2015-030312535200-203, de fecha 3 de marzo de 2015, emitida por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. La información que contiene es responsabilidad de los editores. Editores responsables: Jannyn Solís/ Leonel Matiz. Todos los derechos reservados por Resort Condominiums International de México S. de R.L. de C.V. Horacio 1855-PH, Los Morales, Polanco, 11510, México, D.F. Tel. (52-55) 52 83 10 00. EDITADO EN MÉXICO

Contenido

PRESENTACIÓN	5
METODOLOGÍA	6
DATOS REVELANTES	7
LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE	8
MÉXICO	10
CENTROAMÉRICA	12
EL CARIBE	14
ARGENTINA, URUGUAY Y PARAGUAY	16
BRASIL	18
CHILE, BOLIVIA Y PERÚ	20
COLOMBIA Y ECUADOR	22
VENEZUELA	24

Estimados afiliados,

Me complace compartir con ustedes, nuestros principales socios comerciales, el balance de los resultados de nuestra industria durante 2015 a través de este Resumen del documento "Análisis y Perspectivas de la Propiedad Vacacional en Latinoamérica y el Caribe".

Sin duda, conocer las cifras y datos más importantes de los mercados latinoamericanos en relación con la economía y el turismo mundial, nos permite tener una mejor visión de las oportunidades que se generarán en el futuro, así que los invito a consultar la información contenida en esta publicación.

Tras un 2015 complicado, las principales economías del mundo siguen luchando por recuperarse y alcanzar un mejor desempeño. El descenso de los precios de las materias primas ha generado una disminución en ingresos por exportación, así como retrocesos en la inversión privada en algunas naciones, principalmente en países emergentes como Argentina, Brasil, Ecuador y Venezuela según informaciones del Fondo Monetario Internacional (FMI).

A pesar de la compleja situación mundial, el turismo sigue siendo una industria firme y vigorosa. La apreciación del dólar de los Estados Unidos provocó un incremento en el turismo emisor de ese país, beneficiando con ello primordialmente a las islas de Caribe, los principales destinos de México y las naciones de América Central, de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT).

México por su parte, alcanzó, según datos de SECTUR, una cifra histórica en llegadas de turistas internacionales (32.1 millones) en 2015, lo que posiciona al turismo como una de las industrias del país con mayor crecimiento en los últimos tres años.

En línea con el favorable comportamiento del sector turístico, la Propiedad Vacacional en Latinoamérica continúa su crecimiento gracias al fortalecimiento de mercados domésticos y regionales. Cabe mencionar que por primera ocasión y, aunque por un margen pequeño, la participación de ventas a clientes regionales (52%) fue superior a la participación de extranjeros, debido al continuo incremento del mercado mexicano y en especial el brasileño.

Entre los datos más sobresalientes que se incluyen en este documento se encuentra el hecho de que México tuvo un año histórico en ventas con más de 209,010 intervalos vendidos, mientras que Brasil, con un crecimiento en ventas del 29% respecto al año anterior, sigue siendo una de las naciones en las que la Propiedad Vacacional ha encontrado condiciones propicias para el desarrollo.

Aunque las condiciones económicas a cuatro meses de haberse iniciado 2016 siguen siendo difíciles, los resultados de nuestra industria hasta ahora se mantienen estables, sin embargo, no debemos confiarnos. Los retos que el panorama actual nos presenta requieren soluciones innovadoras que nos permitan cumplir con las demandas de nuestros clientes. Es fundamental mantenernos actualizados en cuanto a tendencias de viaje y patrones de consumo de los nuevos viajeros, así como conocer las condiciones de cada mercado para poder ofrecerles productos y servicios acordes a sus necesidades.

Por nuestra parte, a través de TORE, nuestra División de Consultoría de Bienes Raíces Orientados al Turismo, estamos preparando el próximo evento LASOS, al cual les extiendo la más cordial invitación. Del 25 al 27 de octubre los esperamos en Hard Rock Hotel & Casino Punta Cana, en República Dominicana para compartir conocimientos y experiencias, y hacer realidad el compromiso de reinventar a nuestra industria. Espero verlos a todos en el evento.

Cordialmente,
Ricardo Montaudon Corry
Presidente y Director Ejecutivo
RCI Latinoamérica

Metodología

Las estadísticas y datos presentados en este documento se obtuvieron bajo la siguiente metodología:

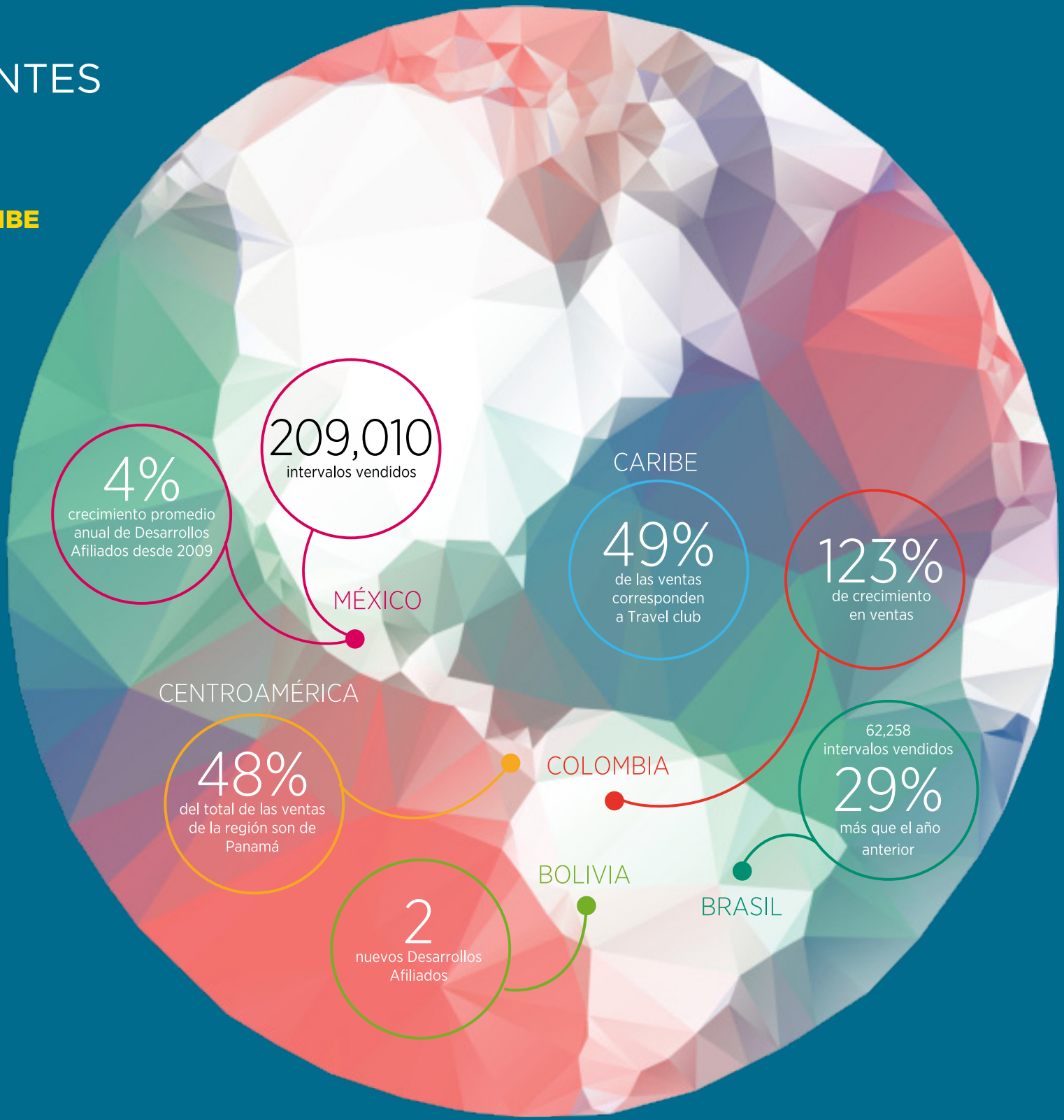
El total de las ventas de Tiempo Compartido en cada país de la región se obtuvo del análisis de la base de datos de RCI considerando el volumen de nuevos Socios, el número de Semanas adquiridas por Socio y la participación de mercado de los principales competidores en la industria de la Propiedad Vacacional durante 2015.

La información de Desarrollos Afiliados se obtuvo por medio de la consolidación de la base de datos de RCI y del directorio de sus principales competidores.

Nuevos Productos

A partir de 2014 se incluyeron nuevos jugadores y/o nuevos productos que se han consolidado en el mercado y que antes no eran considerados como parte de la industria. Estos productos complementan la oferta con membresías cuya duración empieza a partir de tres años, logrando volúmenes de venta importantes para Desarrollos ubicados en estos destinos, principalmente en aquellos segmentos de mercado desatendidos por los productos tradicionales.

DATOS RELEVANTES DE LA PROPIEDAD VACACIONAL EN LATINOAMÉRICA Y EL CARIBE 2015



Latinoamérica y El Caribe

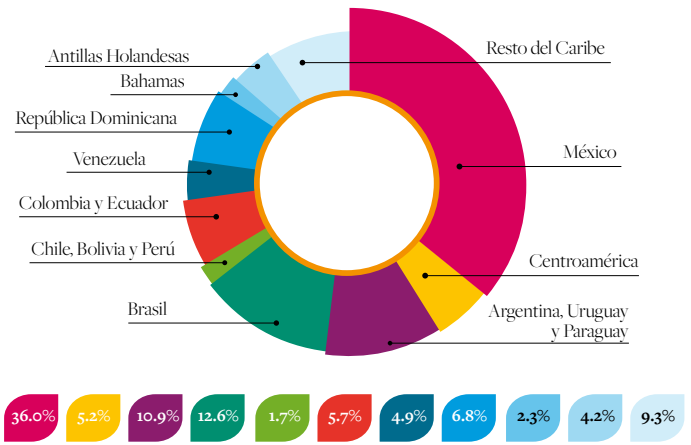
Distribución de la Oferta de Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en Latinoamérica y el Caribe, 2015

	Total de Desarrollos	2015%	Nuevos 2015	2015%
México	**549**	**36.0%**	**21**	**25.6%**
Belice	11	0.7%	0	0.0%
Costa Rica	40	2.6%	4	4.9%
El Salvador	3	0.2%	0	0.0%
Guatemala	8	0.5%	0	0.0%
Honduras	3	0.2%	0	0.0%
Panamá	15	1.0%	0	0.0%
Nicaragua	0	0.0%	0	0.0%
Total Centroamérica	**80**	**5.2%**	**4**	**4.9%**
Argentina	134	8.8%	3	3.7%
Uruguay	31	2.0%	1	1.2%
Paraguay	1	0.1%	0	0.0%
Total Argentina, Uruguay y Paraguay	**166**	**10.9%**	**4**	**4.9%**
Brasil	**193**	**12.6%**	**23**	**28.0%**
Chile	13	0.9%	1	1.2%
Bolivia	9	0.6%	2	2.4%
Perú	4	0.3%	0	0.0%
Total Chile, Bolivia y Perú	**26**	**1.7%**	**3**	**3.7%**
Colombia	70	4.6%	3	3.7%
Ecuador	17	1.1%	7	8.5%
Total Colombia y Ecuador	**87**	**5.7%**	**10**	**12.2%**
Venezuela	**74**	**4.9%**	**1**	**1.2%**
Subtotal Latinoamérica	**1,175**	**77.4%**	**66**	**80.5%**
República Dominicana	104	6.8%	6	7.3%
Bahamas	35	2.3%	0	0.0%
Antillas Holandesas	64	4.2%	3	3.7%
Resto del Caribe	142	9.3%	7	8.5%
Subtotal Caribe	**345**	**22.6%**	**16**	**19.5%**
TOTAL	**1,520**	**100%**	**82**	**100%**

Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015

Regiones	Total	2015 %
México	549	36.0%
Centroamérica	80	5.2%
Argentina, Uruguay y Paraguay	166	10.9%
Brasil	193	12.6%
Chile, Bolivia y Perú	26	1.7%
Colombia y Ecuador	87	5.7%
Venezuela	74	4.9%
República Dominicana	104	6.8%
Bahamas	35	2.3%
Antillas Holandesas	64	4.2%
Resto del Caribe	142	9.3%
TOTAL	**1,520**	**100%**

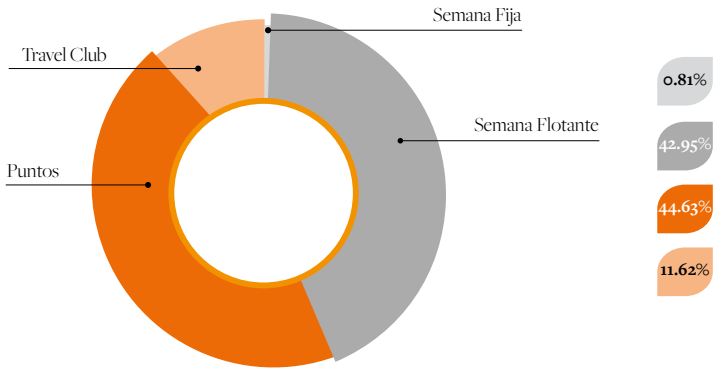
Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015



Ventas por Tipo de Producto, 2015

	Semana Fija	Semana Flotante	Puntos	Travel Club	Total
Latinoamérica	**0.81%**	**42.95%**	**44.63%**	**11.62%**	**100%**

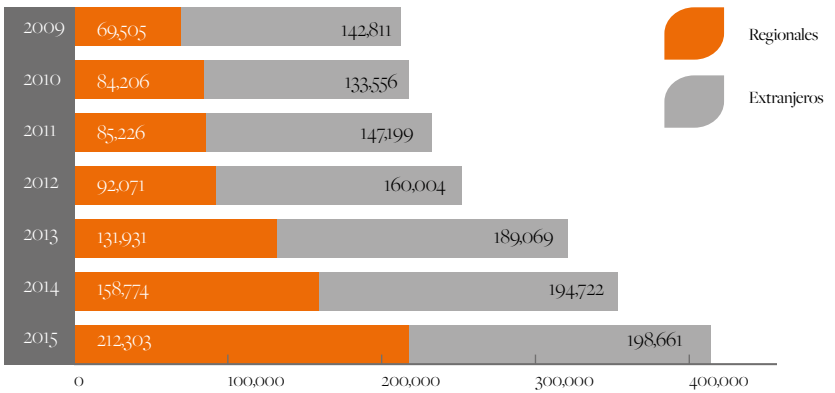
Fuente: RCI



Ventas Totales Estimadas de Intervalos en Desarrollos Latinoamericanos (Semanas Vendidas), 2009-2015

	Regionales	%	Extranjeros	%	Total	% de Cambio A/A
2009	69,505	32.7%	142,811	67.3%	212,316	-17.0%
2010	84,206	38.7%	133,556	61.3%	217,762	2.6%
2011	85,226	36.7%	147,199	63.3%	232,425	6.7%
2012	92,071	36.5%	160,004	63.5%	252,075	8.5%
2013	131,931	41.1%	189,069	58.9%	321,000	27.3%
2014	158,774	44.9%	194,722	55.1%	353,496	10.1%
2015	**212,303**	**51.7%**	**198,661**	**48.3%**	**410,964**	**16.3%**

Fuente: RCI



“En Latinoamérica continúa el crecimiento (16.3%) de la industria gracias al fortalecimiento de mercados domésticos y regionales. Aunque por un margen pequeño, por primera vez la participación de ventas a clientes regionales (52%) es superior a la participación de extranjeros.”

México

Distribución de la Oferta de Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en México, 2015

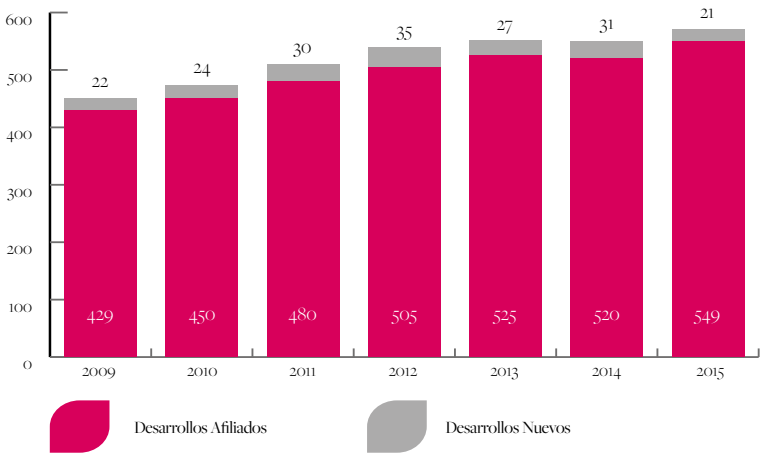
México	Total de Desarrollos	2015 %	Nuevos 2015	2015 %
Acapulco	29	5.3%	0	0.0%
Cancún*	192	35.0%	8	38.1%
Cozumel	17	3.1%	1	4.8%
Huatulco	7	1.3%	1	4.8%
Ixtapa	23	4.2%	1	4.8%
Los Cabos	59	10.7%	2	9.5%
Manzanillo	8	1.5%	0	0.0%
Mazatlán	35	6.4%	0	0.0%
Puerto Vallarta/ Nuevo Vallarta	108	19.7%	4	19.0%
Interior México	48	8.7%	2	9.5%
Otros México	23	4.2%	2	9.5%
TOTAL	**549**	**100%**	**21**	**100%**

Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015
*Cancún incluye la Rivera Maya y Playa del Carmen

Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en México, 2009-2015

	Desarrollos Afiliados	Desarrollos Nuevos	% de Cambio A/A
2009	429	22	4.89%
2010	450	24	4.90%
2011	480	30	6.67%
2012	505	35	5.21%
2013	525	27	4.00%
2014	520	31	-0.95%
2015	**549**	**21**	**5.58%**

Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015

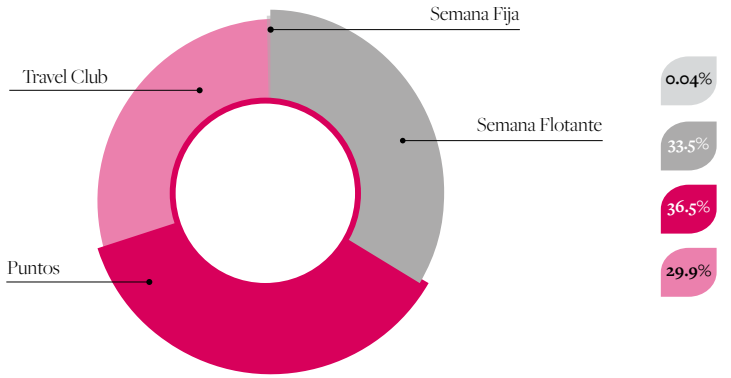


“ En México el promedio anual de Desarrollos Afiliados desde 2009 es del 4%. Históricamente 2015 ha sido el año con el mayor número de Semanas/Intervalos vendidos (209,010), 6% más que en 2008, año en que se alcanzaron cifras récord previo a la crisis inmobiliaria en Estados Unidos. ”

Ventas por Tipo de Producto, 2015

	Semana Fija	Semana Flotante	Puntos	Travel Club	Total
México	**0.04%**	**33.5%**	**36.5%**	**29.9%**	**100%**

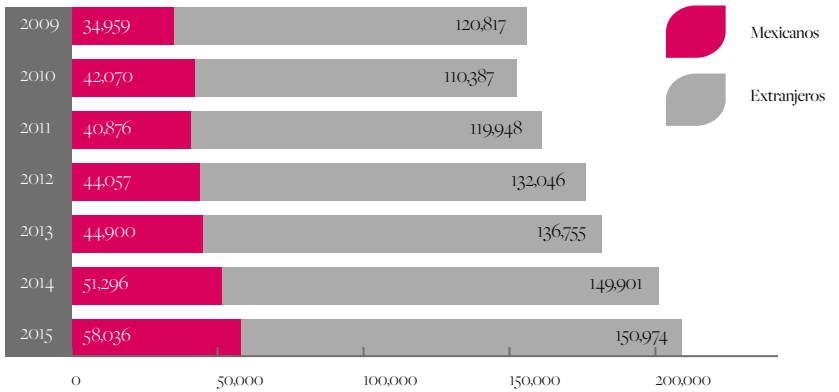
Fuente: RCI



Ventas Estimadas de Intervalos en Desarrollos Mexicanos (Semanas Vendidas), 2009-2015

	Mexicanos	%	Extranjeros	%	Total	% de Cambio A/A
2009	34,959	22.4%	120,817	77.6%	155,776	-20.7%
2010	42,070	27.6%	110,387	72.4%	152,457	-2.1%
2011	40,876	25.4%	119,948	74.6%	160,824	5.5%
2012	44,057	25.0%	132,046	75.0%	176,103	9.5%
2013	44,900	24.7%	136,755	75.3%	181,655	3.2%
2014	51,296	25.5%	149,901	74.5%	201,197	10.8%
2015	**58,036**	**27.8%**	**150,974**	**72.2%**	**209,010**	**3.9%**

Fuente: RCI



Centroamérica

Distribución de la Oferta de Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en Centroamérica, 2015

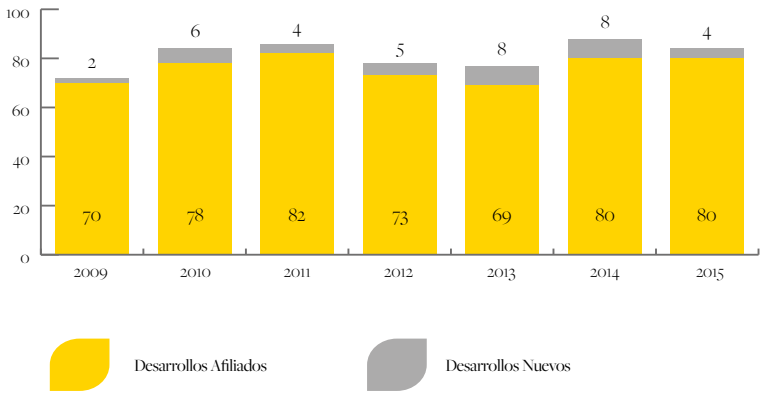
	Total de Desarrollos	2015 %	Nuevos 2015	2015 %
Belice	11	13.8%	0	0.0%
Costa Rica	40	50.0%	4	100.0%
El Salvador	3	3.8%	0	0.0%
Guatemala	8	10.0%	0	0.0%
Honduras	3	3.8%	0	0.0%
Panamá	15	18.8%	0	0.0%
Nicaragua	0	0.0%	0	0.0%
TOTAL	**80**	**100%**	**4**	**100%**

Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015

Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en Centroamérica, 2009-2015

	Desarrollos Afiliados	Desarrollos Nuevos	% de Cambio A/A
2009	70	2	4.5%
2010	78	6	11.4%
2011	82	4	5.1%
2012	73	5	-11.0%
2013	69	8	-5.5%
2014	80	8	15.9%
2015	**80**	**4**	**0.0%**

Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015

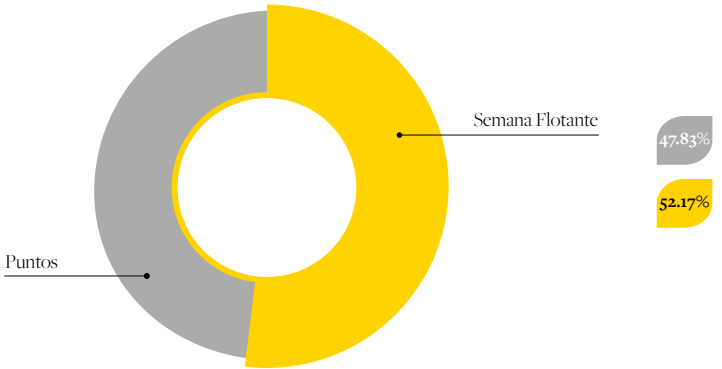


“La incursión de clubes multidestino en Centroamérica ha disparado el crecimiento de las ventas en nuevos mercados como Panamá y El Salvador con una participación del 48% y 41% del total de las ventas de esta región.”

Ventas por Tipo de Producto, 2015

	Semana Fija	Semana Flotante	Puntos	Travel Club	Total
Centroamérica	**0.0%**	**52.17%**	**47.83%**	**0.0%**	**100%**

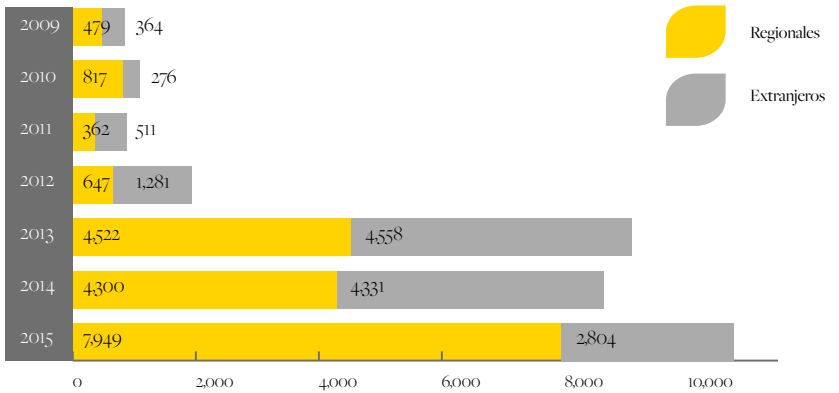
Fuente: RCI



Ventas Estimadas de Intervalos en Desarrollos Centroamericanos (Semanas Vendidas), 2009-2015

	Regionales	%	Extranjeros	%	Total	% de Cambio A/A
2009	479	56.8%	364	43.2%	843	-41.9%
2010	817	74.7%	276	25.3%	1,093	29.7%
2011	362	41.5%	511	58.5%	873	-20.1%
2012	647	33.6%	1,281	66.4%	1,928	120.8%
2013	4,522	49.8%	4,558	50.2%	9,080	371.0%
2014	4,300	49.8%	4,331	50.2%	8,631	-4.9%
2015	**7,949**	**73.9%**	**2,804**	**26.1%**	**10,753**	**24.6%**

Fuente: RCI
Compradores Regionales: Centroamericanos



Caribe

Distribución de la Oferta de Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en Países del Caribe, 2015

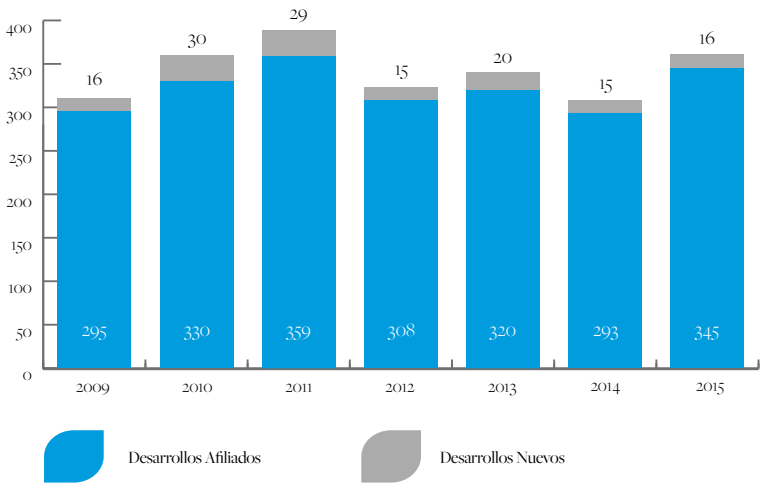
	Total de Desarrollos	2015 %	Nuevos 2015	2015 %
Puerto Plata-Sosúa-Cabarete	27	7.8%	0	0.0%
Santo Domingo-Juan Dolio	2	0.6%	0	0.0%
Punta Cana-Bávaro	41	11.9%	6	37.5%
Otros	34	9.9%	0	0.0%
Total República Dominicana	**104**	**30.1%**	**6**	**37.5%**
Isla Gran Bahama	16	4.6%	0	0.0%
Nueva Providencia	13	3.8%	0	0.0%
Fuera de la Isla	6	1.7%	0	0.0%
Total Bahamas	**35**	**10.1%**	**0**	**0.0%**
Aruba	33	9.6%	1	6.3%
San Martín	21	6.1%	0	0.0%
Otros	10	2.9%	2	12.5%
Total Antillas Holandesas	**64**	**18.6%**	**3**	**18.8%**
Barbados	21	6.1%	2	12.5%
Islas Caimán	12	3.5%	3	18.8%
Jamaica	25	7.2%	0	0.0%
Turcas y Caicos	7	2.0%	0	0.0%
Islas Vírgenes de Estados Unidos	25	7.2%	0	0.0%
Antigua	8	2.3%	0	0.0%
Islas Vírgenes Británicas	5	1.4%	0	0.0%
Puerto Rico	9	2.6%	0	0.0%
Anguila	2	0.6%	0	0.0%
St. Lucía	6	1.7%	0	0.0%
Otros Caribe	22	6.4%	2	12.5%
Total Resto Caribe	**142**	**41.2%**	**7**	**43.8%**
TOTAL	**345**	**100%**	**16**	**100%**

Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015

Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en Países del Caribe, 2009-2015

	Desarrollos Afiliados	Desarrollos Nuevos	% de Cambio A/A
2009	295	16	5.0%
2010	330	30	11.9%
2011	359	29	8.8%
2012	308	15	-14.2%
2013	320	20	3.9%
2014	293	15	-8.4%
2015	**345**	**16**	**17.7%**

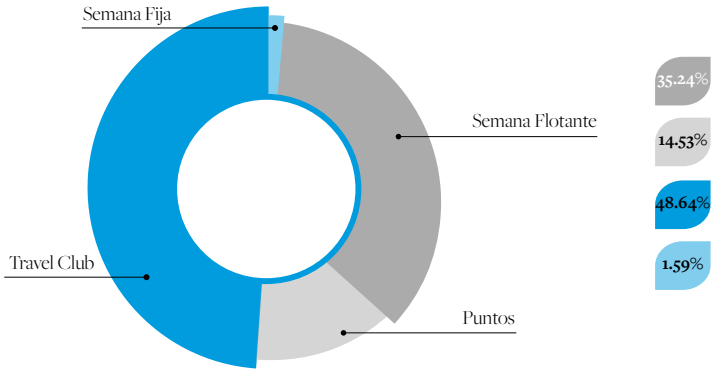
Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015



Ventas por Tipo de Producto, 2015

	Semana Fija	Semana Flotante	Puntos	Travel Club	Total
Caribe	**1.59%**	**35.24%**	**14.53%**	**48.64%**	**100%**

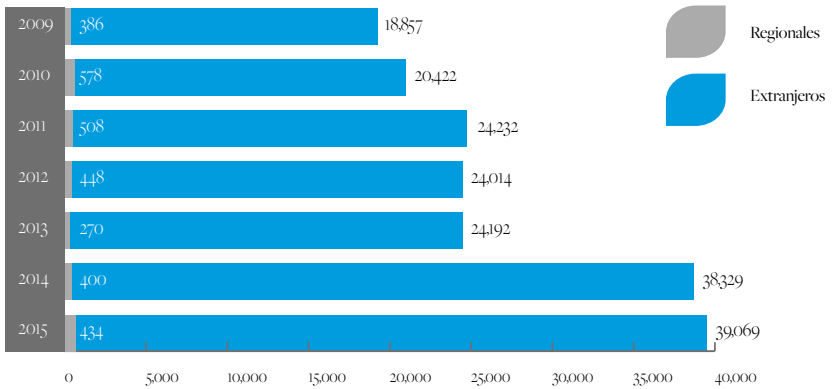
Fuente: RCI



Ventas Estimadas de Intervalos en Desarrollos del Caribe (Semanas Vendidas), 2009-2015

	Regionales	%	Extranjeros	%	Total	% de Cambio A/A
2009	386	2.0%	18,857	98.0%	19,243	-21.3%
2010	578	2.8%	20,422	97.2%	21,000	9.1%
2011	508	2.1%	24,232	97.9%	24,740	17.8%
2012	448	1.8%	24,014	98.2%	24,462	-1.1%
2013	270	1.1%	24,192	98.9%	24,462	0.0%
2014	400	1.0%	38,329	99.0%	38,729	58.3%
2015	**434**	**1.1%**	**39,069**	**98.9%**	**39,503**	**2.0%**

Fuente: RCI



“En Caribe los productos de Travel Club representaron casi la mitad de las ventas (49%) en 2015. Esta región ha sido especialmente atractiva para los planes de expansión de cadenas que ofrecen este tipo de producto bajo la modalidad de Todo Incluido.”

Argentina, Uruguay y Paraguay

Distribución de la Oferta de Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en Argentina, Uruguay y Paraguay, 2015

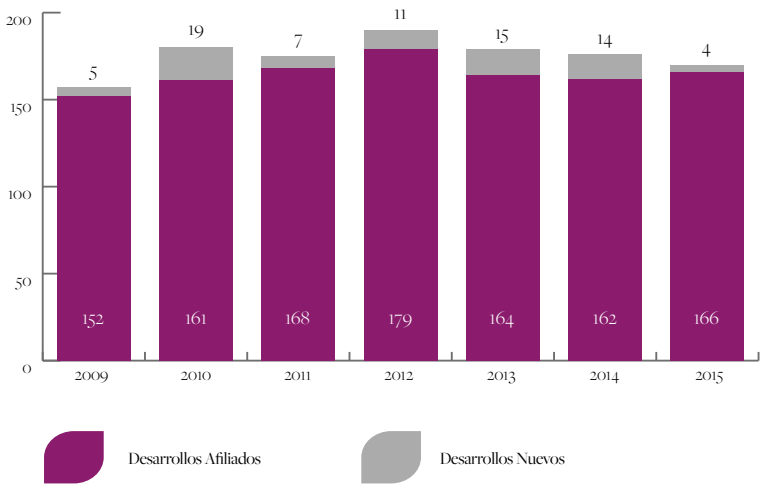
	Total de Desarrollos	2015 %	Nuevos 2015	2015 %
Buenos Aires	21	12.7%	0	0.0%
Mar de Plata	8	4.8%	0	0.0%
Cariló	4	2.4%	0	0.0%
Córdoba (Villa Carlos Paz)*	18	10.8%	0	0.0%
Pinamar	7	4.2%	0	0.0%
Partido de la Costa (San Bernardo)**	8	4.8%	0	0.0%
San Carlos de Bariloche	27	16.3%	1	25.0%
San Martín de los Andes	5	3.0%	0	0.0%
Villas Gesell	4	2.4%	0	0.0%
Otros Argentina	32	19.3%	2	50.0%
Total Argentina	**134**	**80.7%**	**3**	**75.0%**
Punta del Este	20	12.0%	1	25.0%
Uruguay	11	6.6%	0	0.0%
Total Uruguay	**31**	**18.7%**	**1**	**25.0%**
Total Paraguay	**1**	**0.6%**	**0**	**0.0%**
TOTAL	**166**	**100%**	**4**	**100%**

Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015
*Córdoba incluye Villa Carlos Paz
**Partido de la Costa incluye San Bernardo

Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en Argentina, Uruguay y Paraguay, 2009-2015

	Desarrollos Afiliados	Desarrollos Nuevos	% de Cambio A/A
2009	152	5	0.7%
2010	161	19	5.9%
2011	168	7	4.3%
2012	179	11	6.5%
2013	164	15	-8.4%
2014	162	14	-1.2%
2015	**166**	**4**	**2.5%**

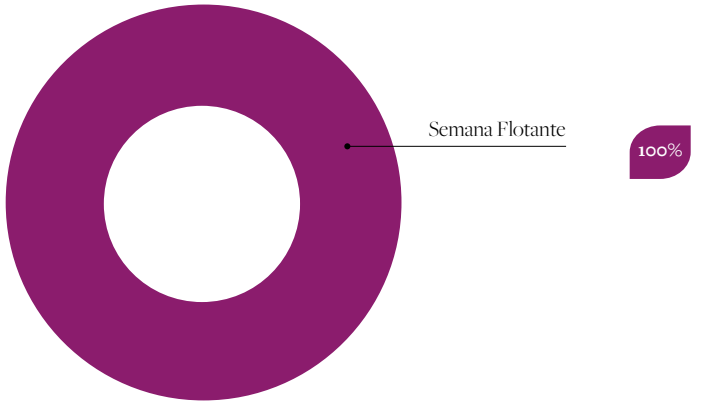
Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015



Ventas por Tipo de Producto, 2015

	Semana Fija	Semana Flotante	Puntos	Travel Club	Total
Argentina, Uruguay y Paraguay	**0%**	**100%**	**0%**	**0%**	**100%**

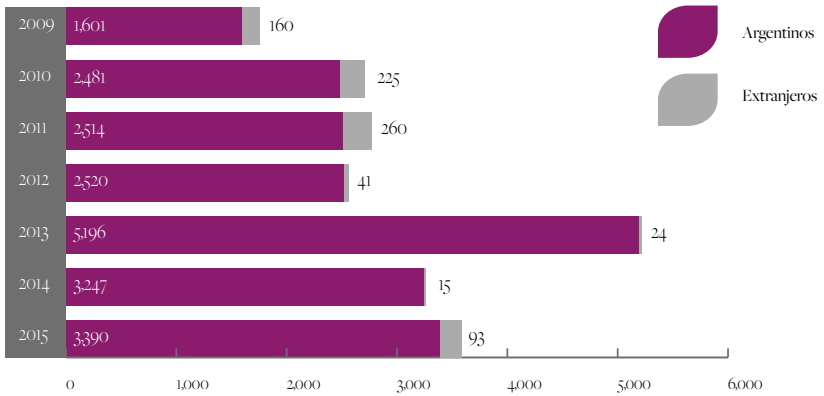
Fuente: RCI



Ventas Estimadas de Intervalos en Desarrollos Argentinos, Uruguayos y Paraguayos (Semanas Vendidas), 2009-2015

	Argentinos	%	Extranjeros	%	Total	% de Cambio A/A
2009	1,601	90.9%	160	9.1%	1,761	-54.5%
2010	2,481	91.7%	225	8.3%	2,706	53.7%
2011	2,514	90.6%	260	9.4%	2,774	2.5%
2012	2,520	98.4%	41	1.6%	2,561	-7.7%
2013	5,196	99.5%	24	0.5%	5,220	103.8%
2014	3,247	99.5%	15	0.5%	3,262	-37.5%
2015	**3,390**	**97.3%**	**93**	**2.7%**	**3,483**	**6.8%**

Fuente: RCI



“Argentina presentó un modesto crecimiento de 6.8% en sus ventas de 2015. Se espera que con las medidas tomadas en aspectos como el sistema cambiario se abra la puerta a nuevas inversiones y a nuevos jugadores que reactiven la industria en los próximos años.”

Brasil

Distribución de la Oferta de Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en Brasil, 2015

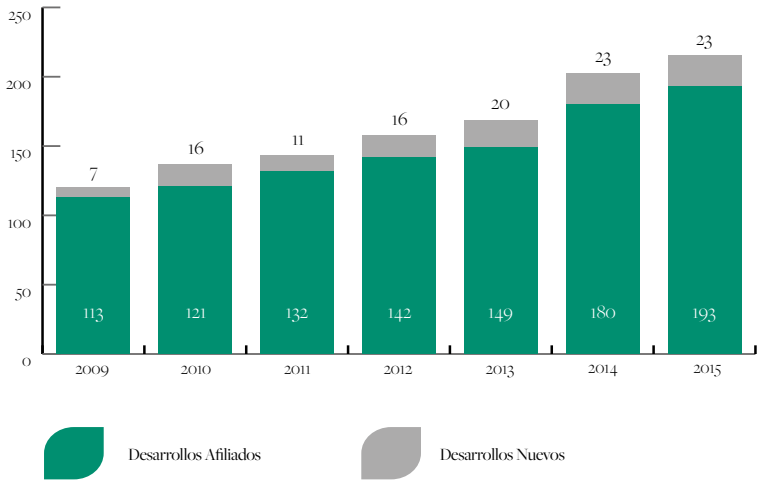
	Total de Desarrollos	2015 %	Nuevos 2015	2015 %
Alagoas	5	2.6%	1	4.3%
Bahía	24	12.4%	8	34.8%
Ceará	1	0.5%	0	0.0%
Fortaleza	11	5.7%	0	0.0%
Goiás	24	12.4%	3	13.0%
Minas Gerais	5	2.6%	0	0.0%
Paraná	12	6.2%	2	8.7%
Pernambuco	9	4.7%	1	4.3%
Río de Janeiro*	22	11.4%	0	0.0%
Río Grande del Norte**	7	3.6%	1	4.3%
Río Grande del Sur***	13	6.7%	3	13.0%
Santa Catarina	27	14.0%	2	8.7%
Sao Paulo	21	10.9%	1	4.3%
Otros Brasil	12	6.2%	1	4.3%
TOTAL	**193**	**100%**	**23**	**100%**

Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015
*Incluye Angra Dos Reis, Buzios
**Incluye Natal
***Incluye Gramado

Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en Brasil, 2009-2015

	Desarrollos Afiliados	Desarrollos Nuevos	% de Cambio A/A
2009	113	7	6.6%
2010	121	16	7.1%
2011	132	11	9.1%
2012	142	16	7.6%
2013	149	20	4.9%
2014	180	23	20.8%
2015	**193**	**23**	**7.2%**

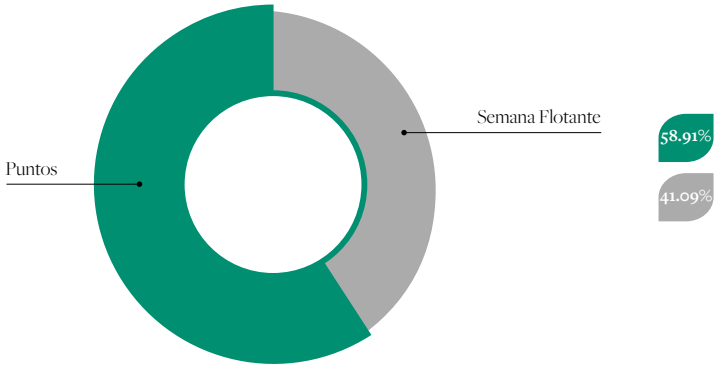
Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015



Ventas por Tipo de Producto, 2015

	Semana Fija	Semana Flotante	Puntos	Travel Club	Total
Brasil	**0.0%**	**41.09%**	**58.91%**	**0.0%**	**100%**

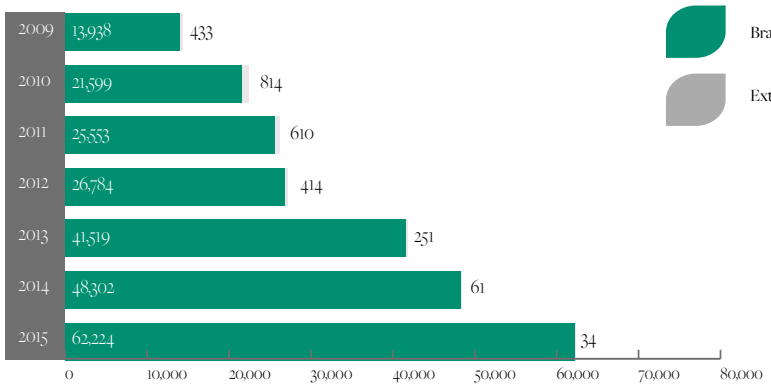
Fuente: RCI



Ventas Estimadas de Intervalos en Desarrollos Brasileños (Semanas Vendidas), 2009-2015

	Brasileños	%	Extranjeros	%	Total	% de Cambio A/A
2009	13,938	97.0%	433	3.0%	14,371	61.0%
2010	21,599	96.4%	814	3.6%	22,413	56.0%
2011	25,553	97.7%	610	2.3%	26,163	16.7%
2012	26,784	98.5%	414	1.5%	27,198	4.0%
2013	41,519	99.4%	251	0.6%	41,770	53.6%
2014	48,302	99.9%	61	0.1%	48,363	15.8%
2015	**62,224**	**99.9%**	**34**	**0.1%**	**62,258**	**28.7%**

Fuente: RCI



“Brasil sigue explotando el potencial de su mercado doméstico y ha sido protagonista con un crecimiento en ventas del 29%, gracias a la incorporación continua de nuevos jugadores y a la expansión de los existentes en diferentes destinos de esta gran nación (23 nuevos Desarrollos en 2015).”

Chile, Bolivia y Perú

Distribución de la Oferta de Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en Chile, Bolivia y Perú, 2015

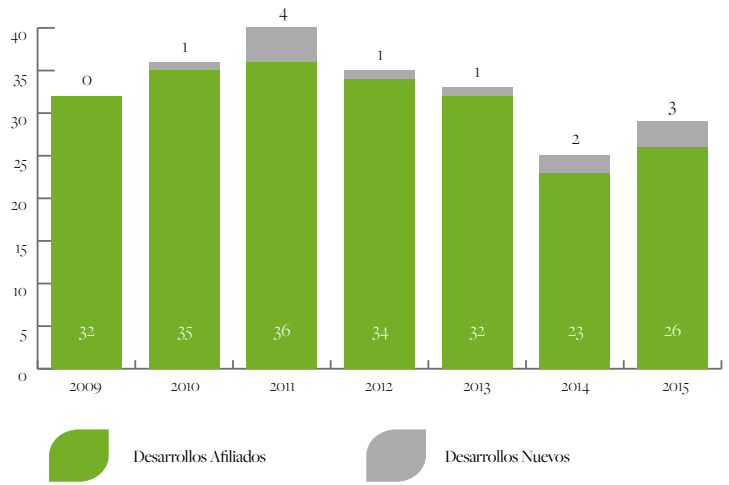
	Total de Desarrollos	2015 %	Nuevos 2015	2015 %
V Región	3	11.5%	0	0.0%
Reñaca	2	7.7%	0	0.0%
Región de la Araucanía	6	23.1%	0	0.0%
Otros Chile	2	7.7%	1	33.3%
Total Chile	**13**	**50.0%**	**1**	**33.3%**
Total Perú	**4**	**15.4%**	**0**	**0.0%**
Total Bolivia	**9**	**34.6%**	**2**	**66.7%**
TOTAL	**26**	**100%**	**3**	**100%**

Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015

Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en Chile, Bolivia y Perú, 2009-2015

	Desarrollos Afiliados	Desarrollos Nuevos	% de Cambio A/A
2009	32	0	-3.0%
2010	35	1	9.4%
2011	36	4	2.9%
2012	34	1	-5.6%
2013	32	1	-5.9%
2014	23	2	-28.1%
2015	**26**	**3**	**13.0%**

Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015

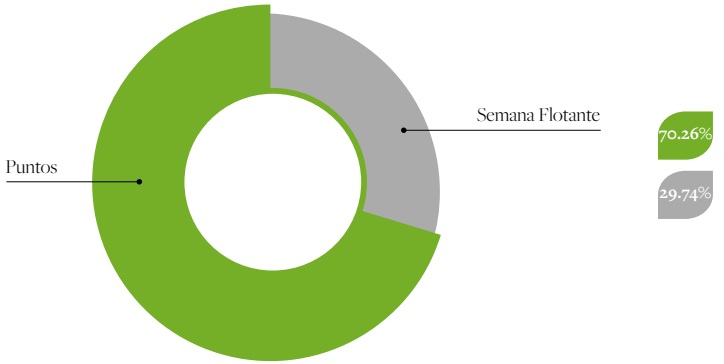


“Por segundo año consecutivo Bolivia registra la incorporación de 2 nuevos Desarrollos generando una actividad de ventas que si bien es incipiente, sin duda seguirá creciendo en los próximos años.”

Ventas por Tipo de Producto, 2015

	Semana Fija	Semana Flotante	Puntos	Travel Club	Total
Chile, Bolivia y Perú	**0%**	**29.74%**	**70.26%**	**0%**	**100%**

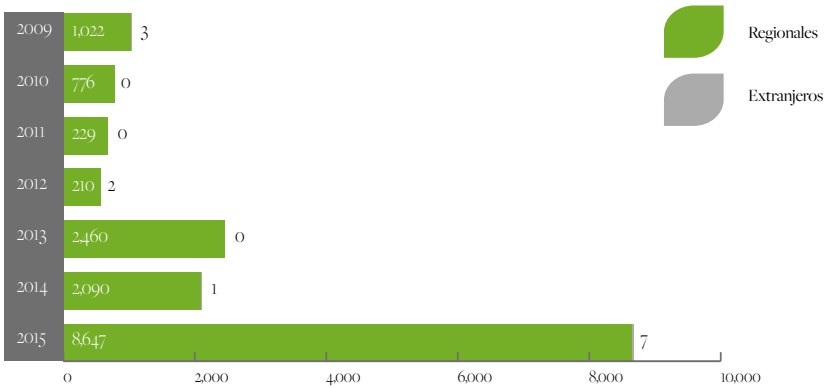
Fuente: RCI



Ventas Estimadas de Intervalos en Desarrollos Chilenos, Peruanos y Bolivianos (Semanas Vendidas), 2009-2015

	Regionales	%	Extranjeros	%	Total	% de Cambio A/A
2009	1,022	99.7%	3	0.3%	1,025	11.3%
2010	776	100%	0	0.0%	776	-24.3%
2011	229	100%	0	0.0%	229	-70.5%
2012	210	99.1%	2	0.9%	212	-7.4%
2013	2,460	100%	0	0.0%	2,460	1060.4%
2014	2,090	100%	1	0.0%	2,091	-15.0%
2015	**8,647**	**99.9%**	**7**	**0.1%**	**8,654**	**313.9%**

Fuente: RCI



Colombia y Ecuador

Distribución de la Oferta de Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en Colombia y Ecuador, 2015

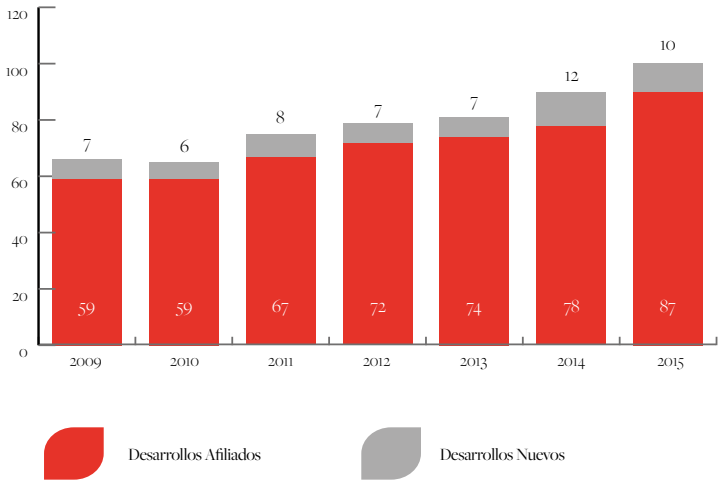
	Total de Desarrollos	2015 %	Nuevos 2015	2015 %
Cartagena	13	14.9%	0	0.0%
Isla de San Andrés	9	10.3%	0	0.0%
Santa Marta	9	10.3%	0	0.0%
Bogotá	10	11.5%	0	0.0%
Cali	4	4.6%	0	0.0%
Medellín	3	3.4%	0	0.0%
Girardot	2	2.3%	0	0.0%
Atlántico	1	1.1%	0	0.0%
Villa de Leyva	1	1.1%	0	0.0%
Anapoima	2	2.3%	0	0.0%
Otros Colombia	16	18.4%	3	30.0%
Total Colombia	**70**	**80.5%**	**3**	**30.0%**
Esmeraldas	4	4.6%	0	0.0%
Otros Ecuador	13	14.9%	7	70.0%
Total Ecuador	**17**	**19.5%**	**7**	**70.0%**
TOTAL	**87**	**100%**	**10**	**100%**

Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015

Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en Colombia y Ecuador, 2009-2015

	Desarrollos Afiliados	Desarrollos Nuevos	% de Cambio A/A
2009	59	7	9.3%
2010	59	6	0.0%
2011	67	8	13.6%
2012	72	7	7.5%
2013	74	7	2.8%
2014	78	12	5.4%
2015	**87**	**10**	**11.5%**

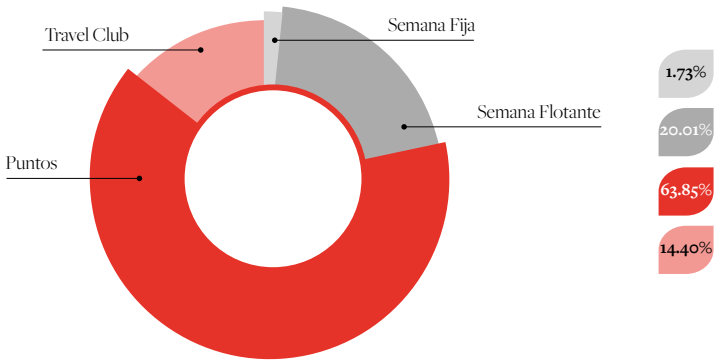
Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015



Ventas por Tipo de Producto, 2015

	Semana Fija	Semana Flotante	Puntos	Travel Club	Total
Colombia y Ecuador	**1.73%**	**20.01%**	**63.85%**	**14.40%**	**100%**

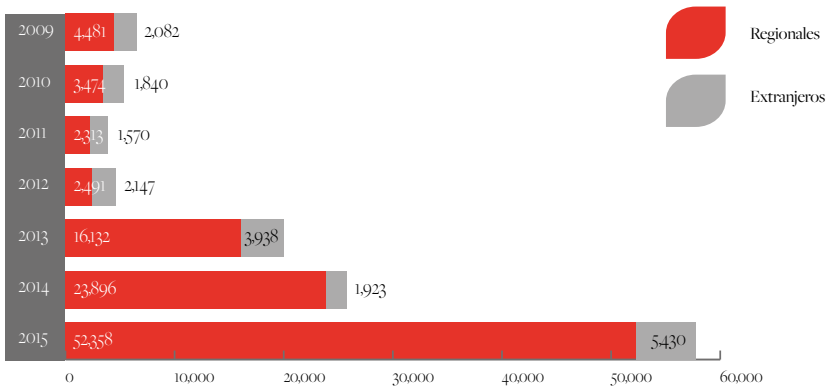
Fuente: RCI



Ventas Estimadas de Intervalos en Desarrollos Colombianos y Ecuatorianos (Membresías Vendidas), 2009-2015

	Regionales	%	Extranjeros	%	Total	% de Cambio A/A
2009	4,481	68.3%	2,082	31.7%	6,563	-26.6%
2010	3,474	65.4%	1,840	34.6%	5,314	-19.0%
2011	2,313	59.6%	1,570	40.4%	3,883	-26.9%
2012	2,491	53.7%	2,147	46.3%	4,638	19.4%
2013	16,132	80.4%	3,938	19.6%	20,070	332.7%
2014	23,896	92.6%	1,923	7.4%	25,819	28.6%
2015	**52,358**	**90.6%**	**5,430**	**9.4%**	**57,788**	**123.8%**

Fuente: RCI



“La actividad de la Propiedad Vacacional en Ecuador está en pleno crecimiento con la afiliación de 7 nuevas propiedades y el gran interés por parte de importantes grupos constructores en este sector de la industria turística.”

Venezuela

Distribución de la Oferta de Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en Venezuela, 2015

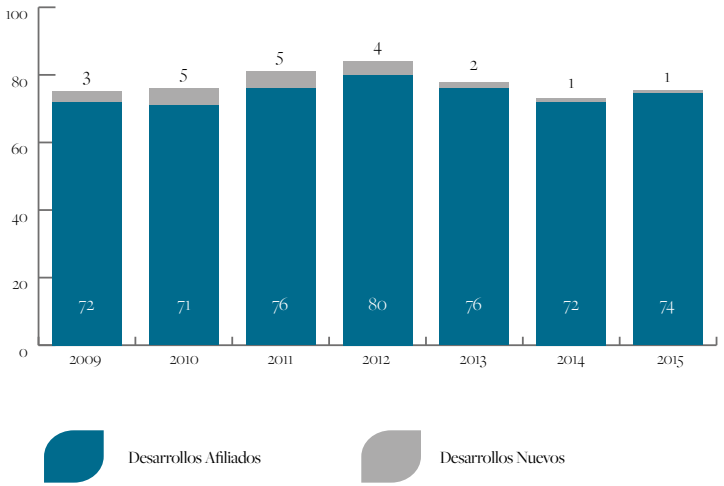
	Total de Desarrollos	2015 %	Nuevos 2015	2015 %
Isla de Margarita	45	60.8%	1	100%
Andes	13	17.6%	0	0.0%
Costa Occidental	7	9.5%	0	0.0%
Costa Oriental	6	8.1%	0	0.0%
Otros	3	4.1%	0	0.0%
TOTAL	**74**	**100%**	**1**	**100%**

Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015

Desarrollos Afiliados a una Compañía de Intercambios en Venezuela, 2009-2015

	Desarrollos Afiliados	Desarrollos Nuevos	% de Cambio A/A
2009	72	3	-1.4%
2010	71	5	-1.4%
2011	76	5	7.0%
2012	80	4	5.3%
2013	76	2	-5.0%
2014	72	1	-5.3%
2015	**74**	**1**	**2.8%**

Fuente: RCI y Directorio de I.I. 2015

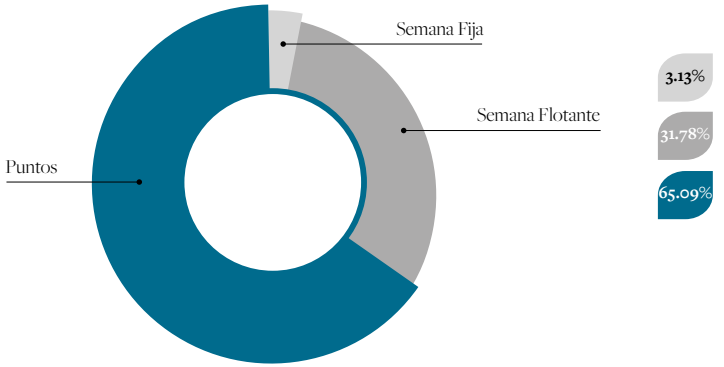


“Como reflejo de la compleja situación social y política por la que atraviesa Venezuela, las ventas del último año se contrajeron en 23% logrando niveles similares a los obtenidos en 2013.”

Ventas por Tipo de Producto, 2015

	Semana Fija	Semana Flotante	Puntos	Travel Club	Total
Venezuela	**3.13%**	**31.78%**	**65.09%**	**0.0%**	**100%**

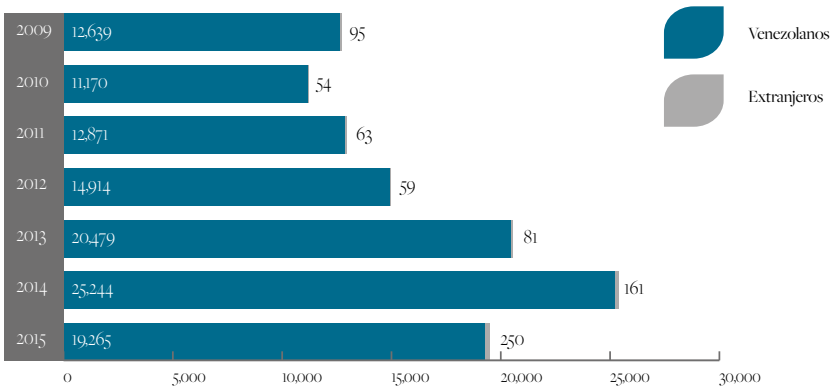
Fuente: RCI



Ventas Estimadas de Intervalos en Desarrollos Venezolanos (Membresías Vendidas), 2009-2015

	Venezolanos	%	Extranjeros	%	Total	% de Cambio A/A
2009	12,639	99.1%	95	0.7%	12,756	18.3%
2010	11,170	99.2%	54	0.5%	11,265	-11.7%
2011	12,871	99.6%	63	0.5%	12,925	14.7%
2012	14,914	99.6%	59	0.4%	14,977	15.9%
2013	20,479	99.7%	81	0.4%	20,538	37.1%
2014	25,244	99.4%	161	0.6%	25,405	23.7%
2015	**19,265**	**98.7%**	**250**	**1.3%**	**19,515**	**-23.2%**

Fuente: RCI



resort SERVICES SOLUTIONS

Ganador del Premio ARDA Award al mejor *Call Center* de Proceso de Tercerización de Negocios.

"One Stop Shop"

PROCESO DE TERCERIZACIÓN DE NEGOCIO

Resort Services Solutions, es la unidad de negocios de *Wyndham Destination Network* especializada en la tercerización de procesos de negocio, la cual brinda las mejores soluciones para administrar con los más elevados estándares de productividad y calidad, el activo más importante del negocio: **sus clientes**.

+ de 250,000 propietarios atendidos

+ de 15 años de experiencia en la industria turística.

+ de 1, 500,000 contactos anuales.

Infraestructura tecnológica de vanguardia.

Servicios en 4 idiomas **(Español, Inglés, Francés y Portugués)**

Somos expertos en el modelo de negocio. Entendemos tus necesidades de pre-venta, venta y post-venta, asegurándote la generación de prospectos calificados, herramientas para tu cierre de ventas y una experiencia de servicio inigualable a tus socios.

nos respaldan como *la mejor opción* **en servicios especializados.**

Contacto: **Esteban Arce - *Business Process Outsourcing Director***
E-mail: **esteban.arce@latam.rci.com** Teléfono: **5255 5283 1029**

RCI®

EDICIÓN
2016