

# Perfil de Afiliados 2015 Edição Brasil

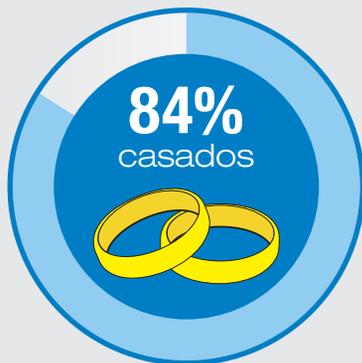


O Perfil de Afiliados 2015 – Edição Brasil analisa certos dados importantes da participação de afiliados à Interval International residentes no Brasil. Esses números incluem demografia; hábitos de viagem a lazer, preferências e padrões; características de uma compra futura; desejo por experiências de férias alternativas; e o uso de redes sociais e tecnologia.



## DEMOGRAFIA

### Estado Civil



### Idade



### Casa Própria



### Habitantes por Residência



O número de habitantes por residência de um afiliado típico residente no Brasil é de três pessoas.

## DURAÇÃO DE VIAGENS A LAZER

Principalmente fins de semana

2%



Menos de uma semana

5%



1 a 2 semanas

60%



2 a 3 semanas

25%



Mais de 3 semanas

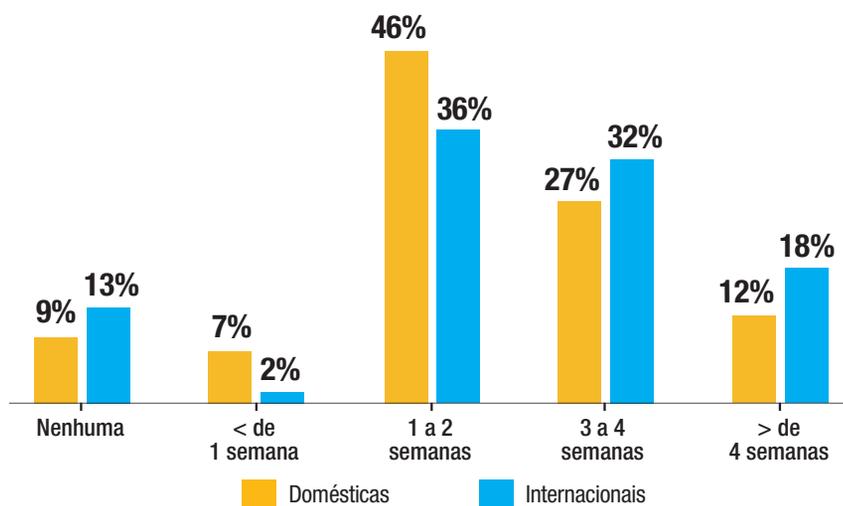
8%



## VIAGENS DOMÉSTICAS E INTERNACIONAIS\*

### Tempo total reservado para viagens a lazer

Aproximadamente nove em cada 10 afiliados residentes no Brasil disseram realizar viagens domésticas ou internacionais uma ou mais semanas por ano.



51%

são proprietários de apenas uma semana de tempo compartilhado.



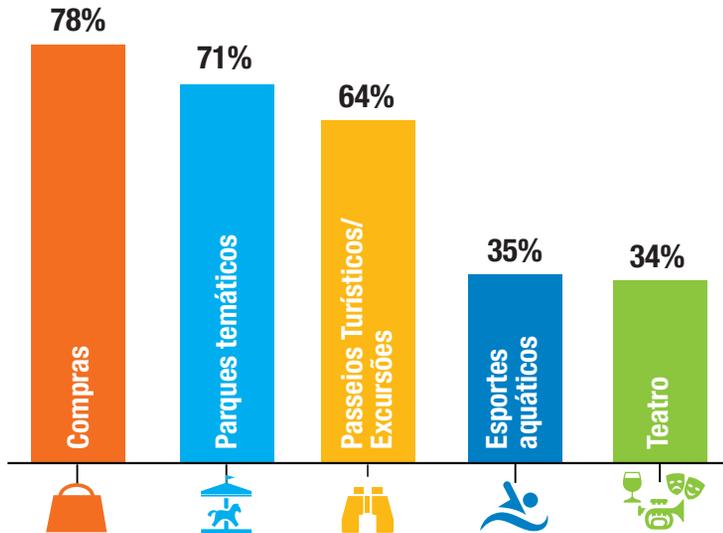
## PLANEJAMENTO

79%

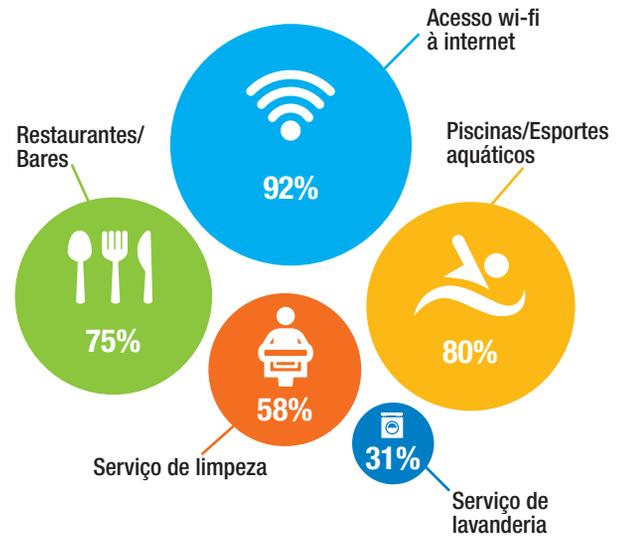


disseram que seus filhos ou netos exercem influência nos planos de viagem da família.

## TOP 5 DAS ATIVIDADES DE FÉRIAS\*\*



## TOP 5 DAS AMENIDADES EM RESORTS\*\*



## TECNOLOGIA

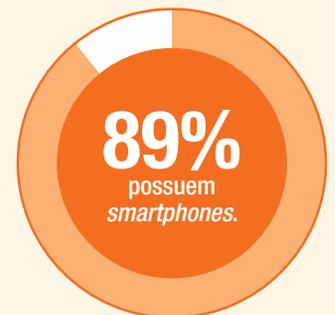
### Top 5 dos Métodos de Pesquisa sobre Viagens

A grande maioria dos afiliados residentes no Brasil conta apenas com suas próprias buscas feitas na internet quando estão planejando suas férias, seguido de recomendações de amigos ou familiares.



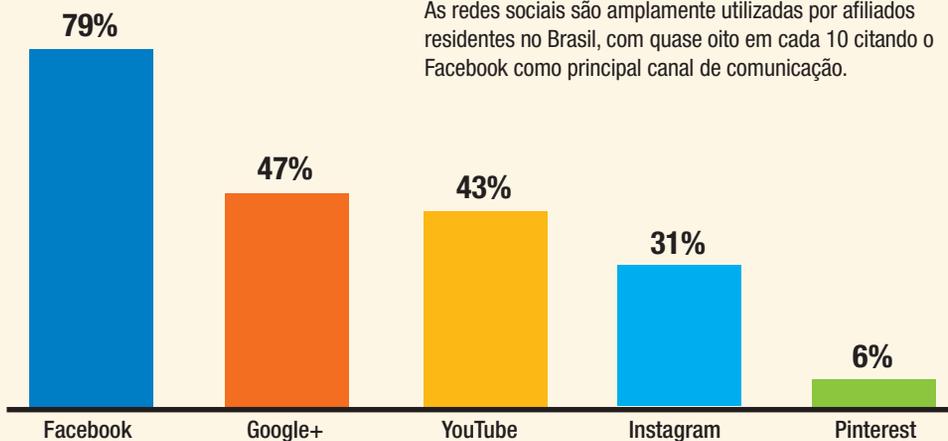
### Dispositivos eletrônicos\*\*

Tablet Android/tablet Windows, *E-reader* (Kindle, Nook), iPad/iPad Mini e *smartphone* (iPhone, Android, BlackBerry).



### Redes Sociais\*\*

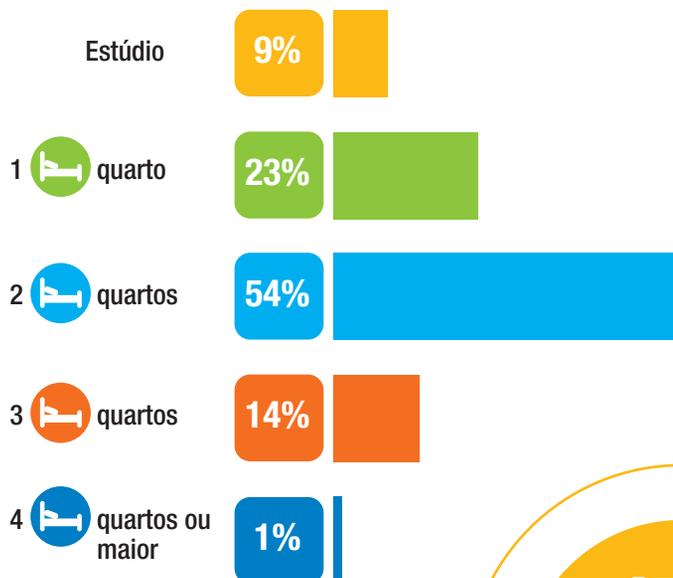
As redes sociais são amplamente utilizadas por afiliados residentes no Brasil, com quase oito em cada 10 citando o Facebook como principal canal de comunicação.



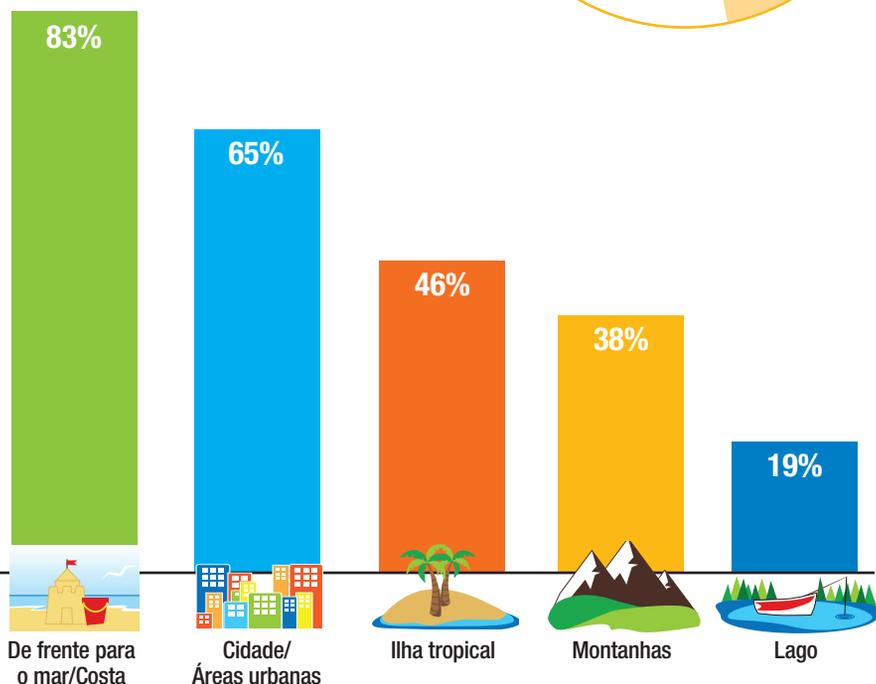
## COMPRAS FUTURAS\*

### Tamanho de Unidade Preferido

Para aqueles afiliados que indicaram que pretendem adquirir tempo adicional de férias, a unidade de dois quartos é a mais citada.



### Top 5 das Características Geográficas\*\*



\*Devido a arredondamentos, as porcentagens não somam 100.  
\*\*Respostas múltiplas permitidas.

## FÉRIAS ALTERNATIVAS

### Cruzeiros



disseram ter interesse em realizar um cruzeiro marítimo nos próximos dois anos.

### Interesse na compra de produtos tipo tudo incluído



**68%** dos afiliados residentes no Brasil declararam ter interesse em férias estilo tudo incluído nos próximos dois anos.



tendem a recomendar a compra de tempo compartilhado a amigos e familiares.

# PENSE GLOBALMENTE

Enquanto os EUA são o maior mercado da Interval, seus afiliados residem no mundo todo. E a afiliação à Interval lhes dá a oportunidade de viajar para perto ou para longe de seus países de residência.

## DE ONDE SÃO



# 198

Número de países que os afiliados à Interval chamam de casa

## O QUE ESTÃO FALANDO



Dados relativos à residência são de até de 30 de junho de 2015; a informação sobre destinos é de 2014; e todas as declarações dos afiliados (e nomes de contas) são extraídos do fórum da Comunidade Interval online.

## EUA

### Cruzeiros



disseram ter interesse em participar de um cruzeiro marítimo nos próximos dois anos.

Interesse em adquirir produtos tipo tudo incluído



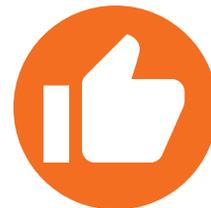
Mais de um em cada três afiliados residentes nos EUA declararam ter interesse em férias estilo tudo incluído nos próximos dois anos.

## MÉXICO



têm tendência a recomendar a compra de propriedade compartilhada a amigos e familiares.

82%



estão satisfeitos com os serviços e benefícios que a Interval International oferece.

Com exceção das informações apresentadas na seção Pense Globalmente, os dados foram coletados a partir de uma pesquisa online realizada com afiliados à Interval International residentes no Brasil, de dezembro de 2014 até fevereiro de 2015. Os afiliados foram convidados a participar de forma aleatória, via e-mail. Um total de 343 entrevistados participou, resultando em um erro de amostragem total estimado de  $\pm 5,3$  por cento, com um nível de confiança de 95%. Dados para os mercados apresentados foram acumulados a partir de pesquisas online com afiliados à Interval International residentes nos Estados Unidos e México, respectivamente. Todos os estudos foram realizados de dezembro de 2014 até fevereiro de 2015. Os afiliados foram convidados a participar de forma aleatória, via e-mail. Para os EUA, foi entrevistado um total de 1.502 pessoas, resultando em um erro de amostragem total estimado de  $\pm 2,5$  por cento, com um nível de confiança de 95%. Para o México, um total de 462 entrevistados participou, resultando em um erro de amostragem total estimado de  $\pm 4,6$  por cento, com um nível de confiança de 95%.



IntervalWorld.com  
ResortDeveloper.com

