

Encuesta de satisfacción de los  
consumidores respecto a la información  
proporcionada por promotores de  
tiempos compartidos



# Metodología

**Objetivo.** Conocer la percepción de los consumidores del sector de tiempos compartidos; se busca identificar del comprador de este servicio, la información que busca, que obtiene y cómo la utiliza a fin de reducir la incertidumbre en su proceso de compra.

**Población objetivo:** Personas de 18 años y más a las que se aplicó un cuestionario filtro para identificar en general el perfil del vacacionista, conocimiento y percepción general del sector; se aplicó otro instrumento a las personas que compraron un tiempo compartido y otro a las que rentaron este servicio.

**Periodo de levantamiento.** Del 27 al 31 de agosto, del 19 al 28 de septiembre y del 1° al 9 de octubre de 2012.

**Muestra, esquema y técnica de selección:** Con 95% de confianza y  $\pm 3\%$  de error, se aplicaron 3 cuestionarios estructurados a 1,073 personas en 22 puntos de afluencia de 10 delegaciones políticas del Distrito Federal. De los cuales 54 cuestionarios correspondieron a personas que compraron un tiempo compartido y 50 rentaron uno.



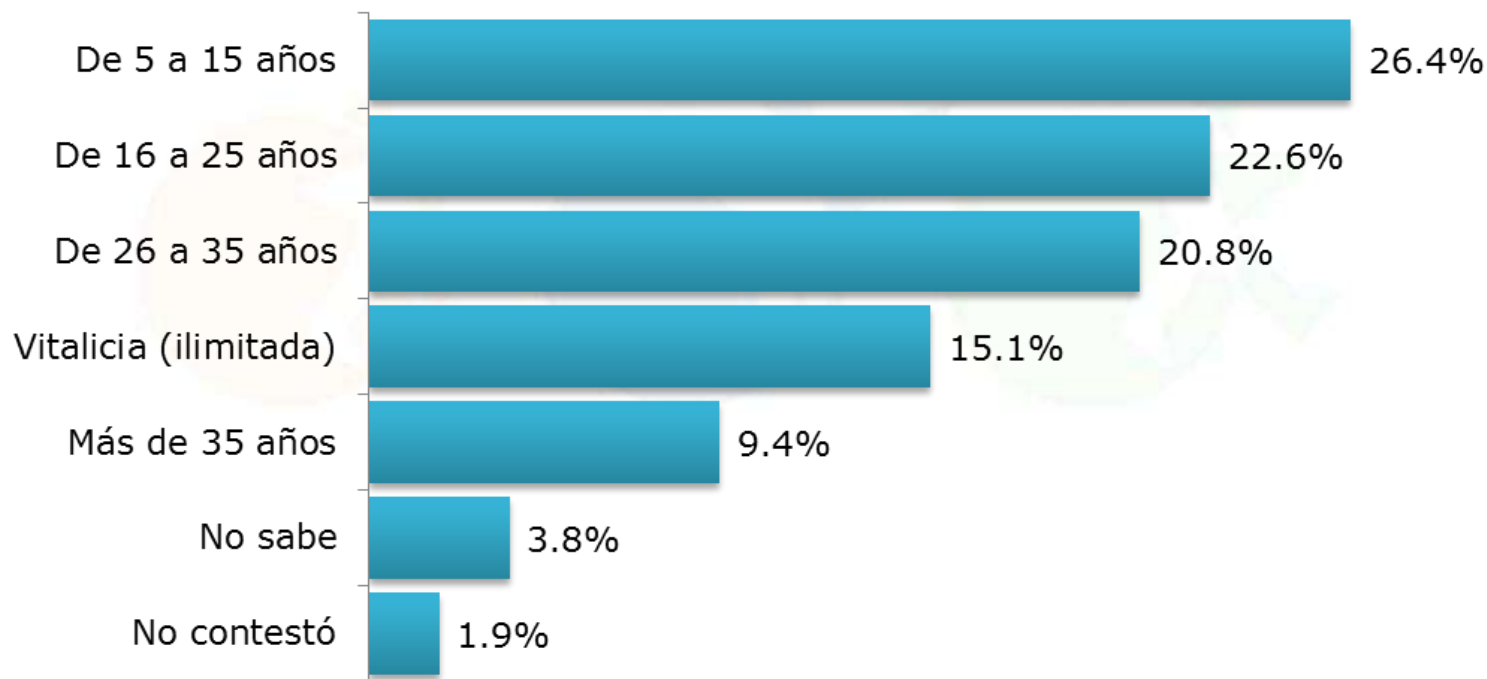


# Compra de tiempos compartidos

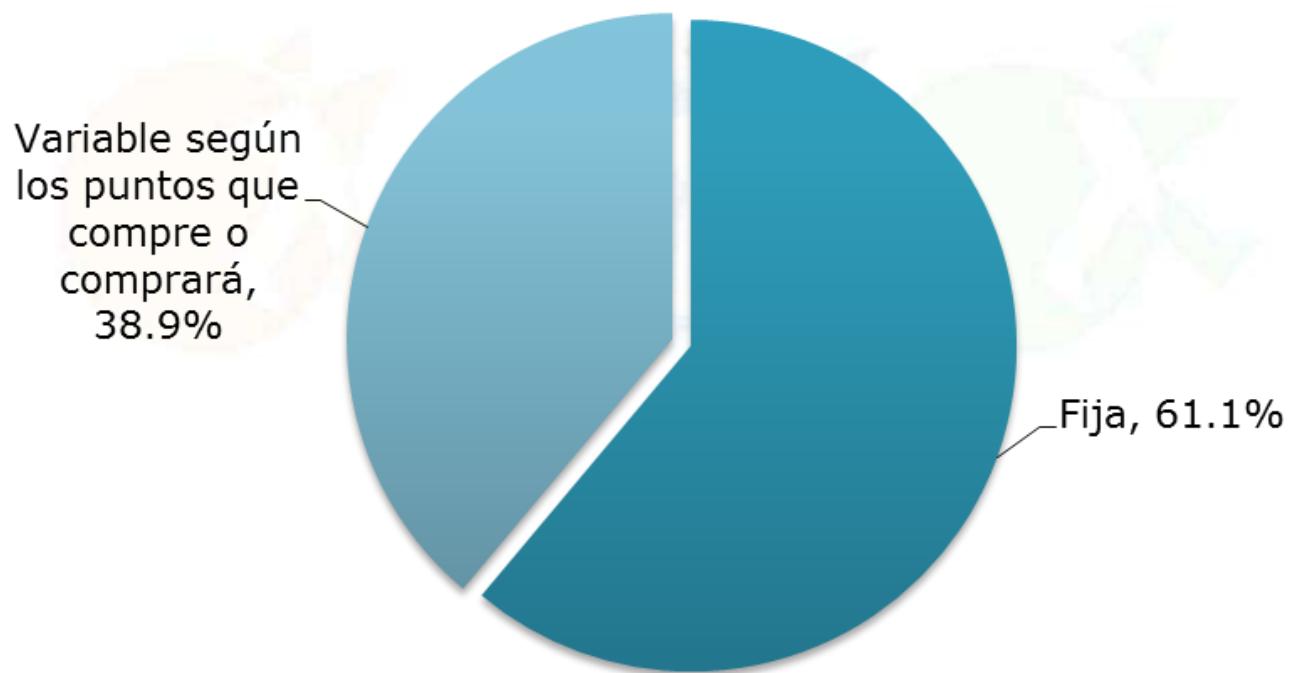
# Características del tiempo compartido que compró



## ¿Cuántos años incluye o incluía el tiempo compartido que compró?

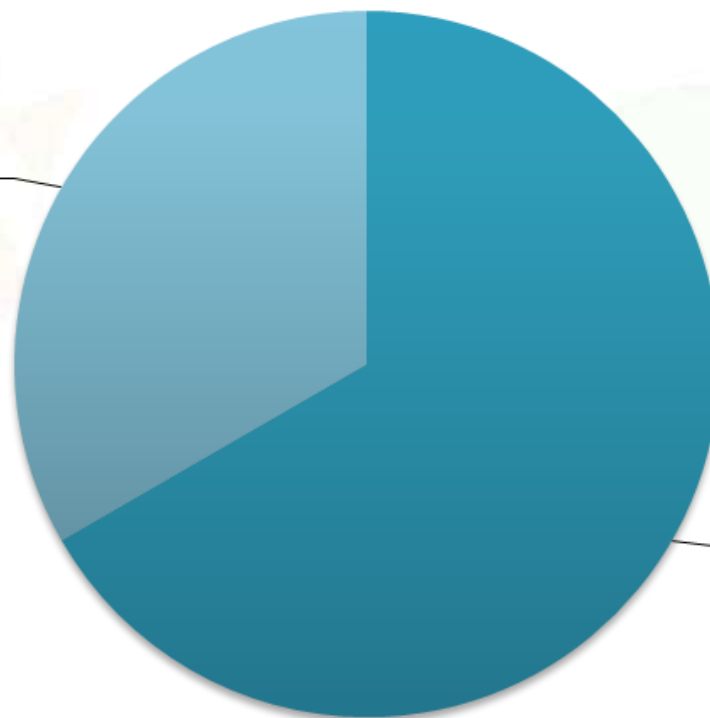


## ¿La cantidad de semanas que podía o puede disfrutar al año es...?



## ¿Estas semanas las puede o pudo disfrutar en una fecha...?

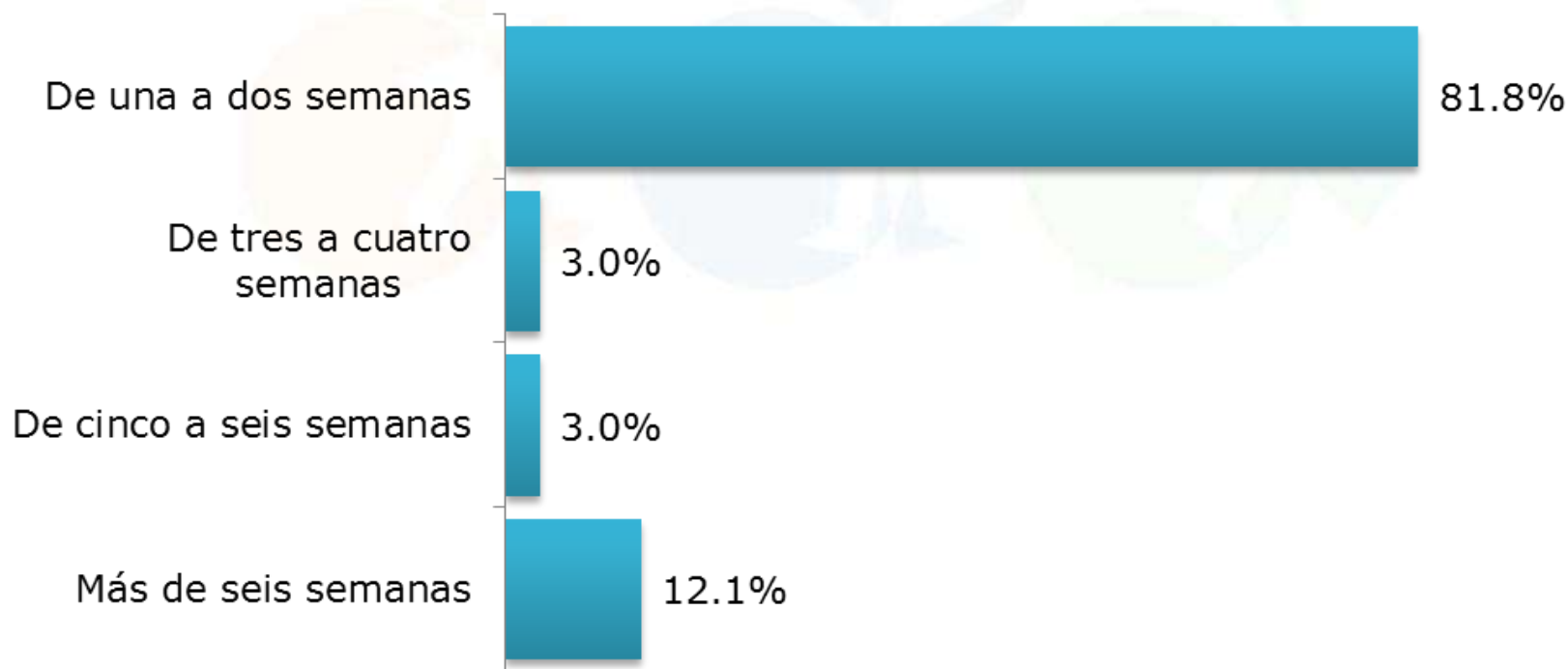
Fija, es decir,  
siempre es la  
misma en el año  
(fecha o  
número), 33.3%



Flotante, es  
decir, se puede  
elegir, 66.7%

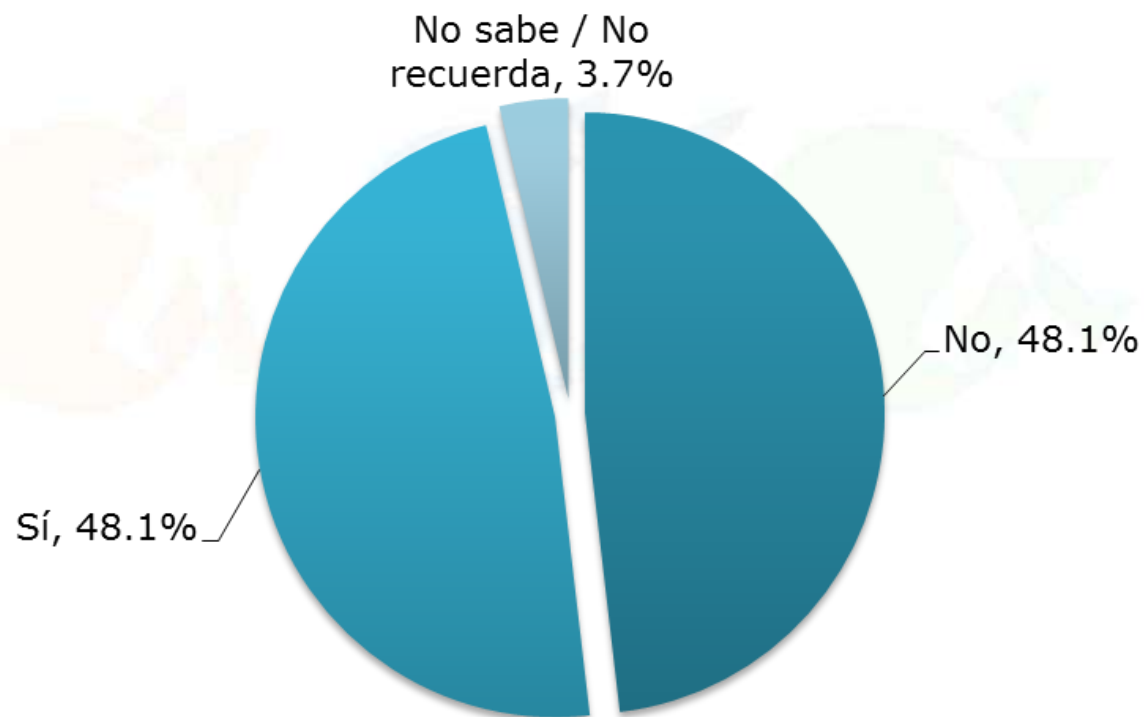
## ¿Cuántas semanas incluye o incluía el tiempo compartido que compró?

Porcentaje de los que respondieron semanas fijas

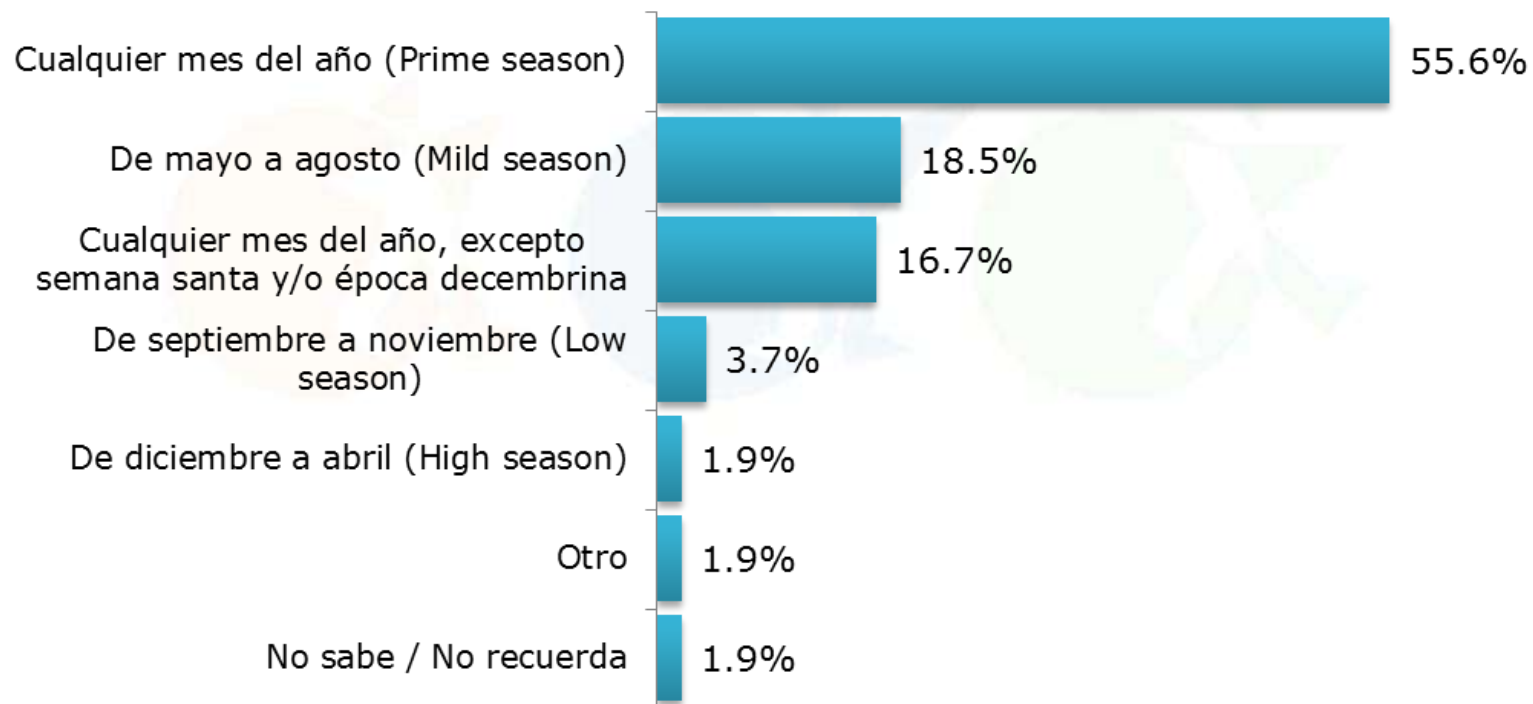




## ¿Tiene o tenía la opción de disfrutar las semanas de manera seccionada?

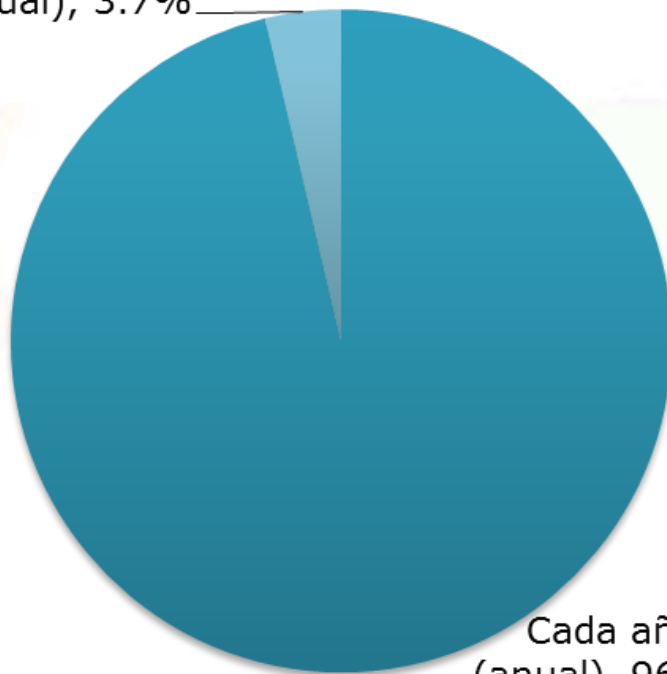


## ¿En qué mes del año puede o pudo hacer uso de éstas semanas?



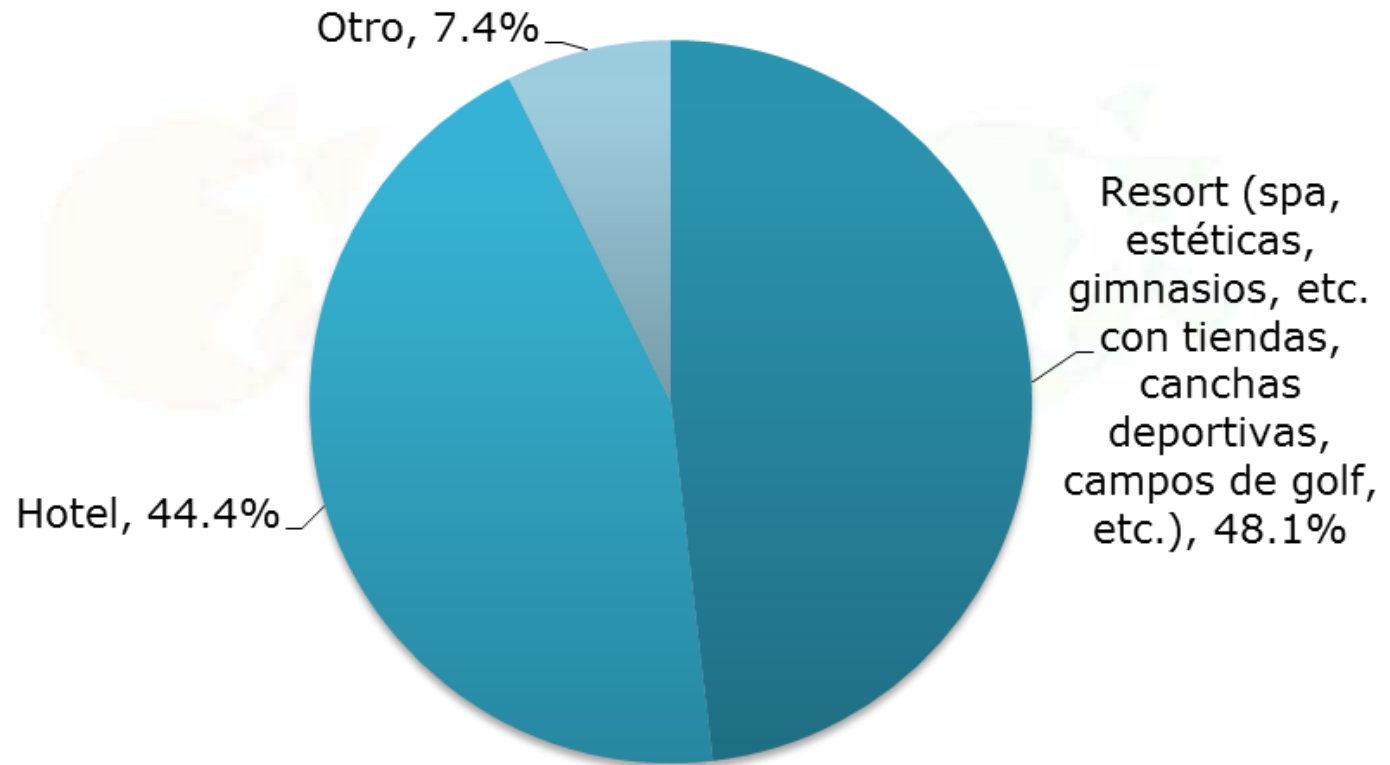
## ¿Cada cuánto puede o pudo hacer uso de sus semanas?

Cada dos años  
(bianual), 3.7%

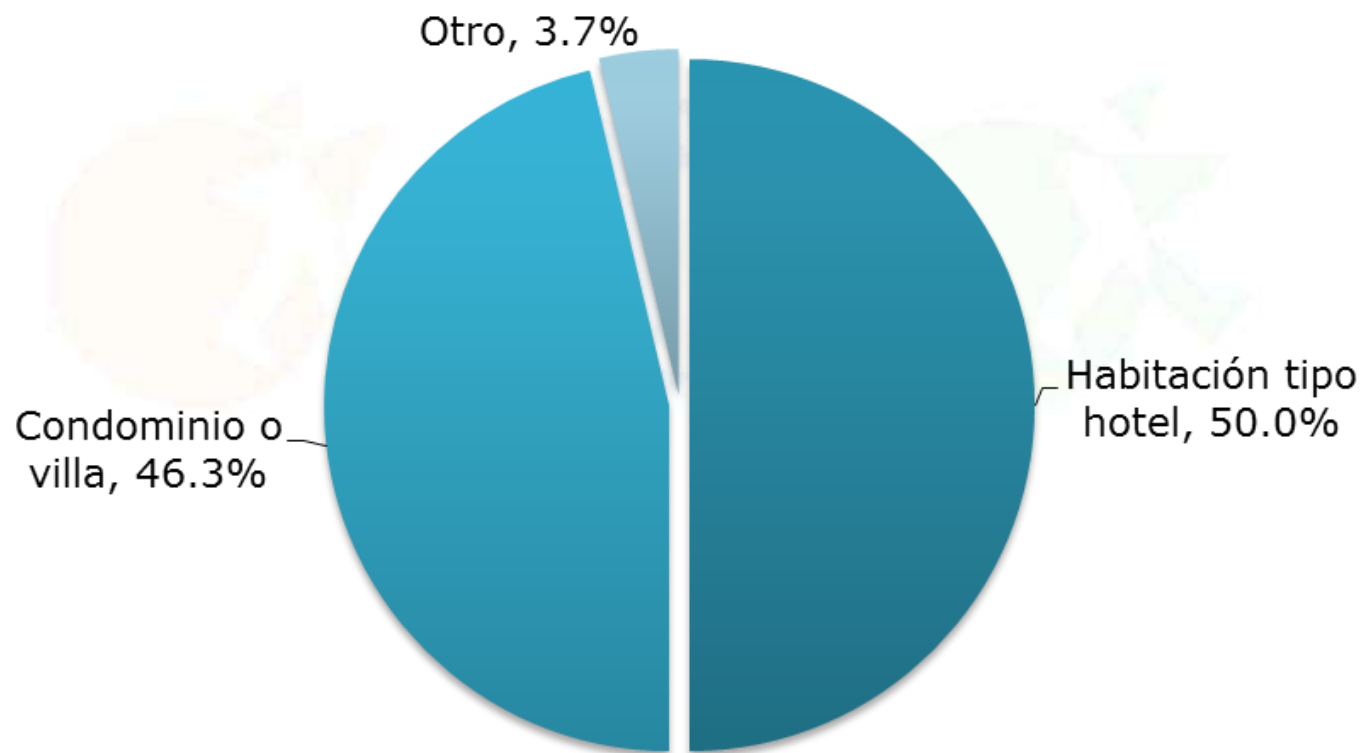


Cada año  
(anual), 96.3%

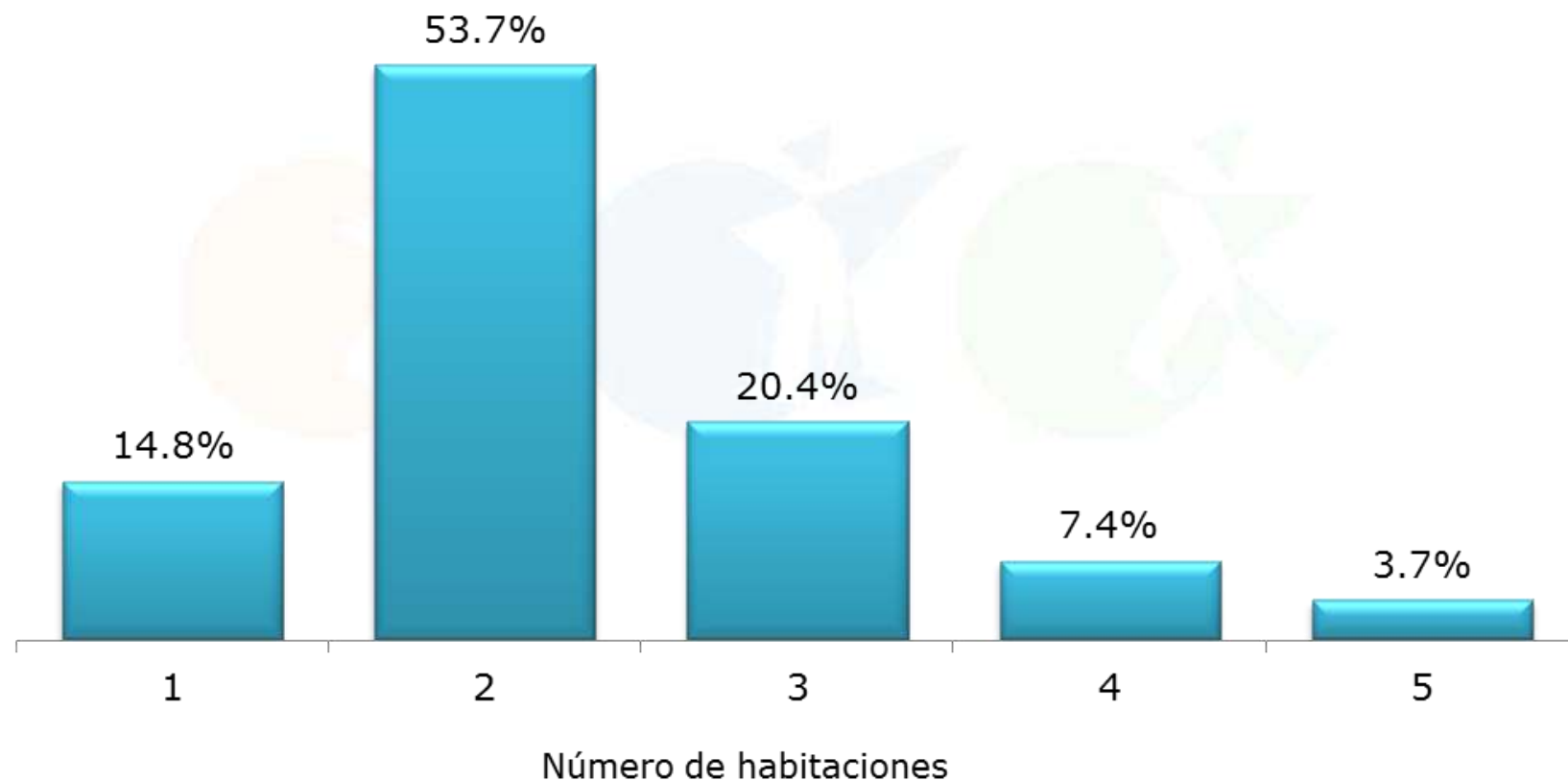
## ¿El lugar para hospedarse es un...?



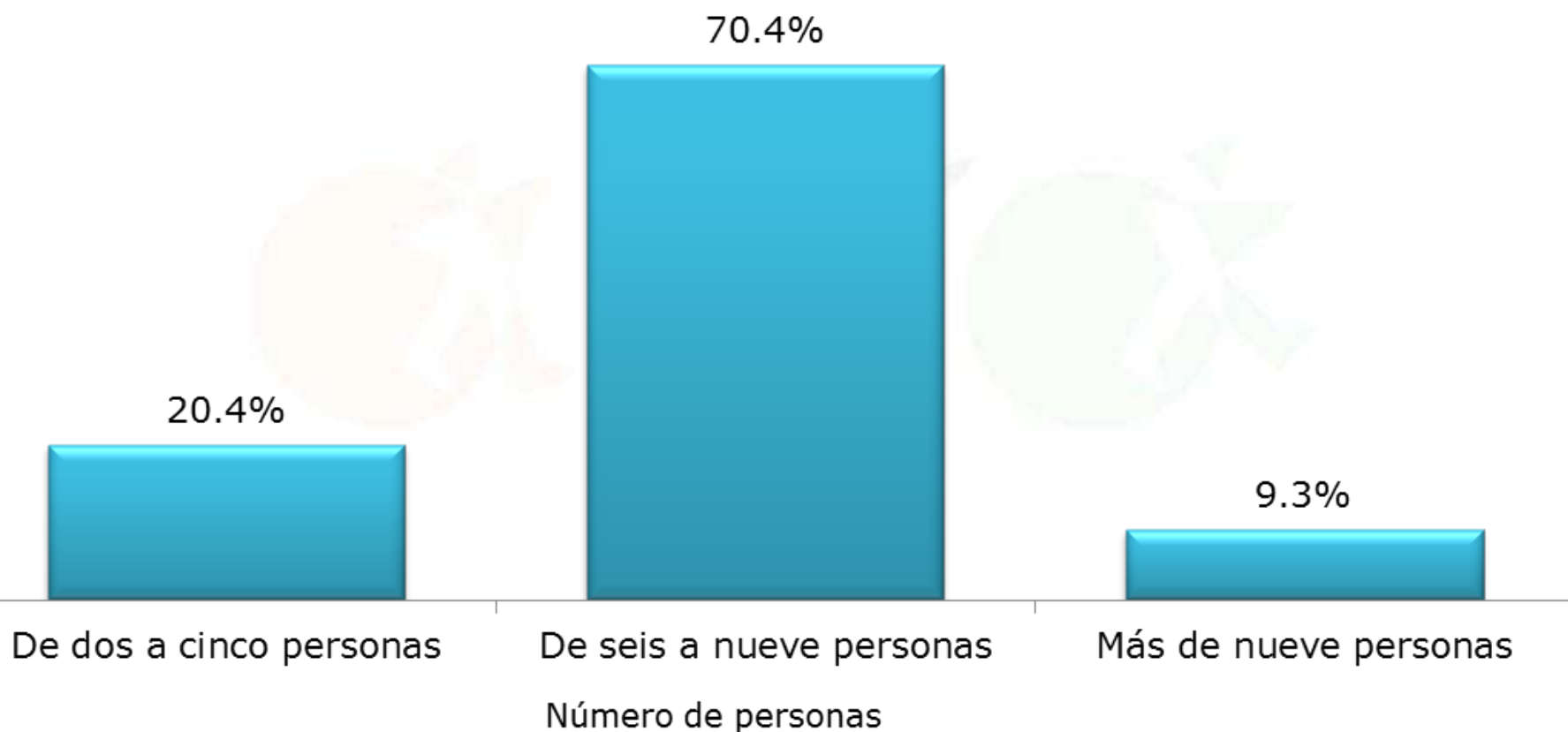
## ¿En este lugar se podía hospedar o se hospedó en ...?



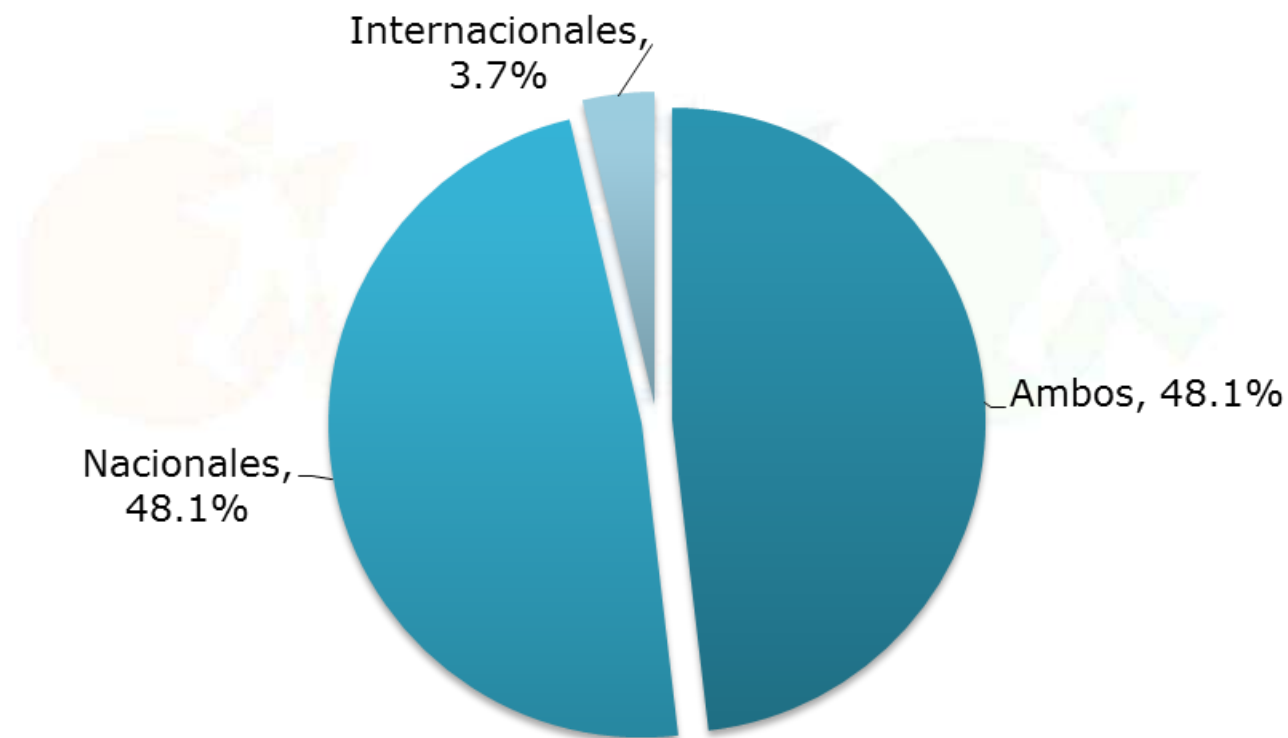
## ¿Con cuántas habitaciones contaba el lugar dónde se hospedó?



## ¿Cuántas personas se pueden o pudieron alojar en esta habitación?



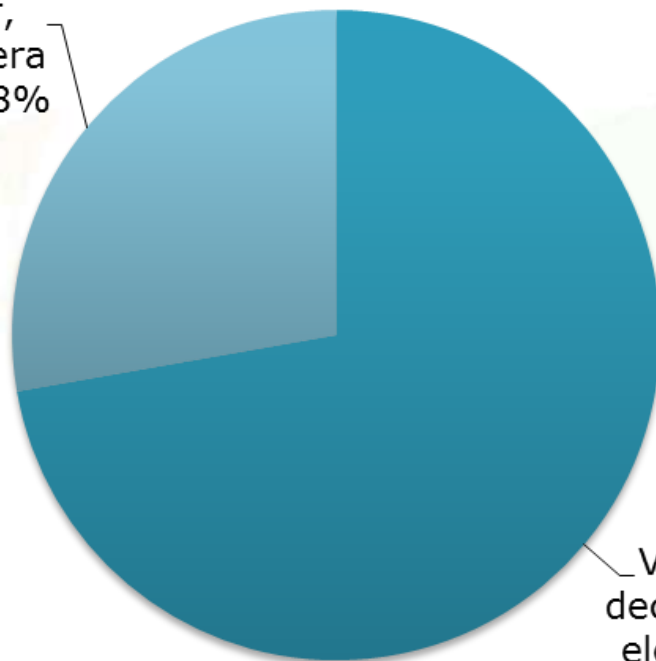
## ¿Los lugares de destino en los que se puede vacacionar o vacacionó con el tiempo compartido son...?





## ¿El lugar de destino es o era...?

Fijo, es decir,  
siempre es o era  
el mismo, 27.8%



Variable, es  
decir, se puede  
elegir, 72.2%

# Resultados

- 26.4% dijo que su tiempo compartido incluía o incluye de 5 a 15 años, 22.6% de 16 a 25 años y 20.8% de 26 a 35 años.
- 61.0% mencionó que las semanas para disfrutarse al año son fijas y 38.9% variables.
- La mayoría (81.8%) dijo que el tiempo compartido que compró incluía de una a dos semanas.
- Para 48.1% existía la posibilidad de tomar las semanas de manera seccionada.
- 66.7% respondió que las semanas incluidas eran o son para disfrutarse en una fecha flotante, es decir, se puede elegir.
- Para la mayoría (55.6%) las semanas eran o son para disfrutarse en cualquier mes del año (*Prime season*).
- 96.3% tiene o tenía un plan de tiempo compartido que le permitió hacer uso de él anualmente.
- 48.1% de los que tienen o tenían un tiempo compartido estaban diseñados mediante el esquema de hospedaje en un resort, mientras que el 44.4% era en un hotel. En cuanto al tipo de habitaciones, el 50% es en una habitación tradicional mientras que el 46.3% es en un condominio o villa.
- El 53.7% de estos espacios contaba con 2 habitaciones.




Vivir Mejor



Procuraduría Federal del Consumidor

# Resultados

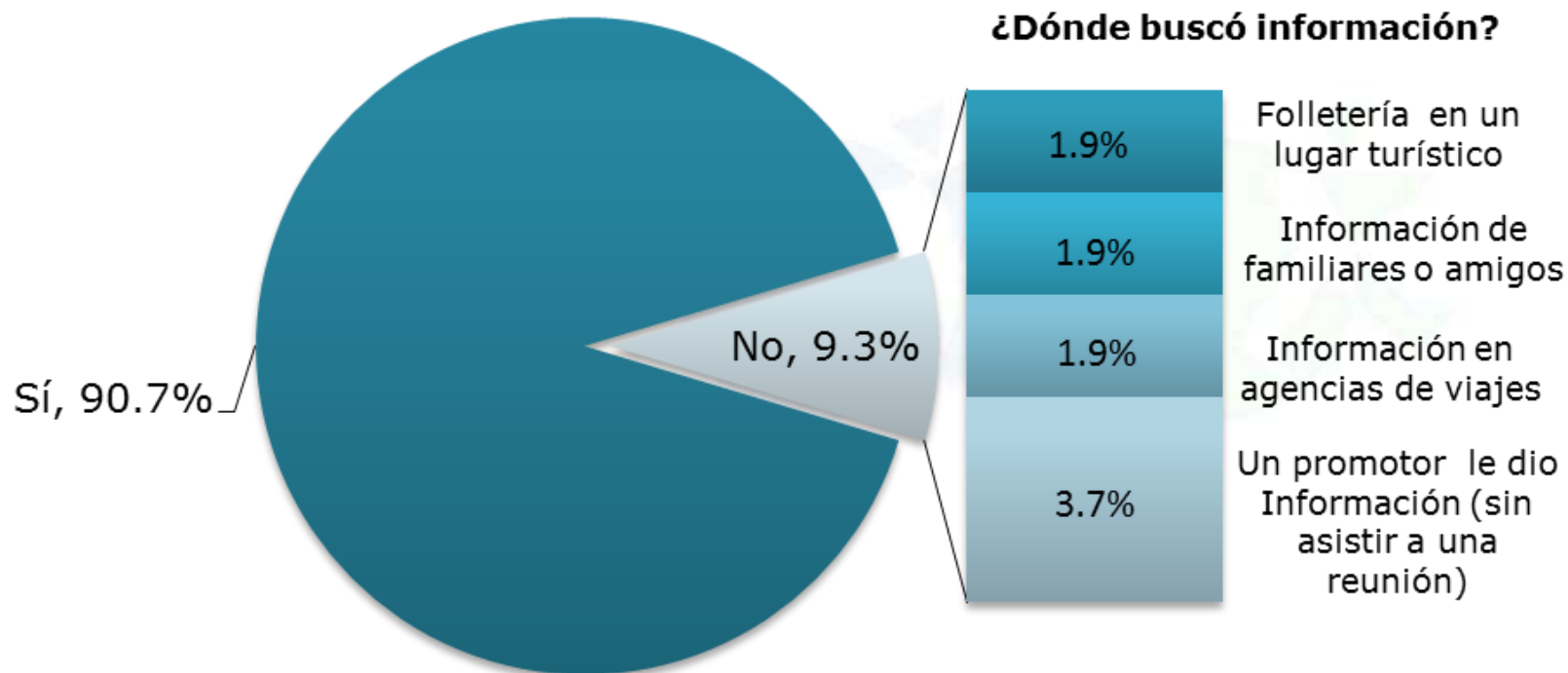
- En el 70.4% de los casos, en la habitación/condominio caben entre seis y nueve personas.
- Respecto a la localización de los destinos de los que pueden hacer uso los entrevistados que poseen tiempos compartidos, el 48.1% es exclusivamente nacional, el 3.7% es exclusivamente internacional y el 48.1% ambos.
- En el 72.2% de los casos, es posible escoger un destino diferente cada vez que se decide ocupar el tiempo compartido.



# Satisfacción sobre la información ofrecida por el promotor u otros medios antes del trámite de compra



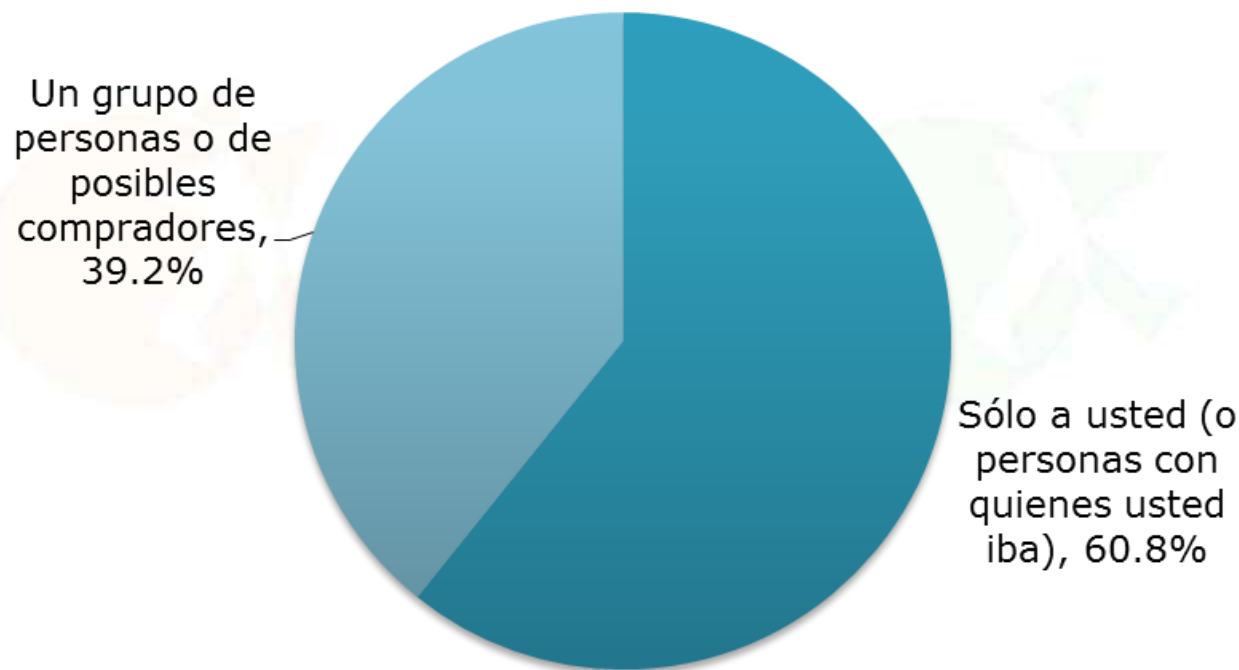
## ¿Asistió a alguna reunión donde le dieron información sobre las características que tendría el tiempo compartido?



Nota: Tanto los que asistieron a alguna reunión sobre tiempos compartidos como los que buscaron información sobre éstos y lo compraron, quedaron muy satisfechos Además afirmaron que ésta información fue clara y fácil de entender.

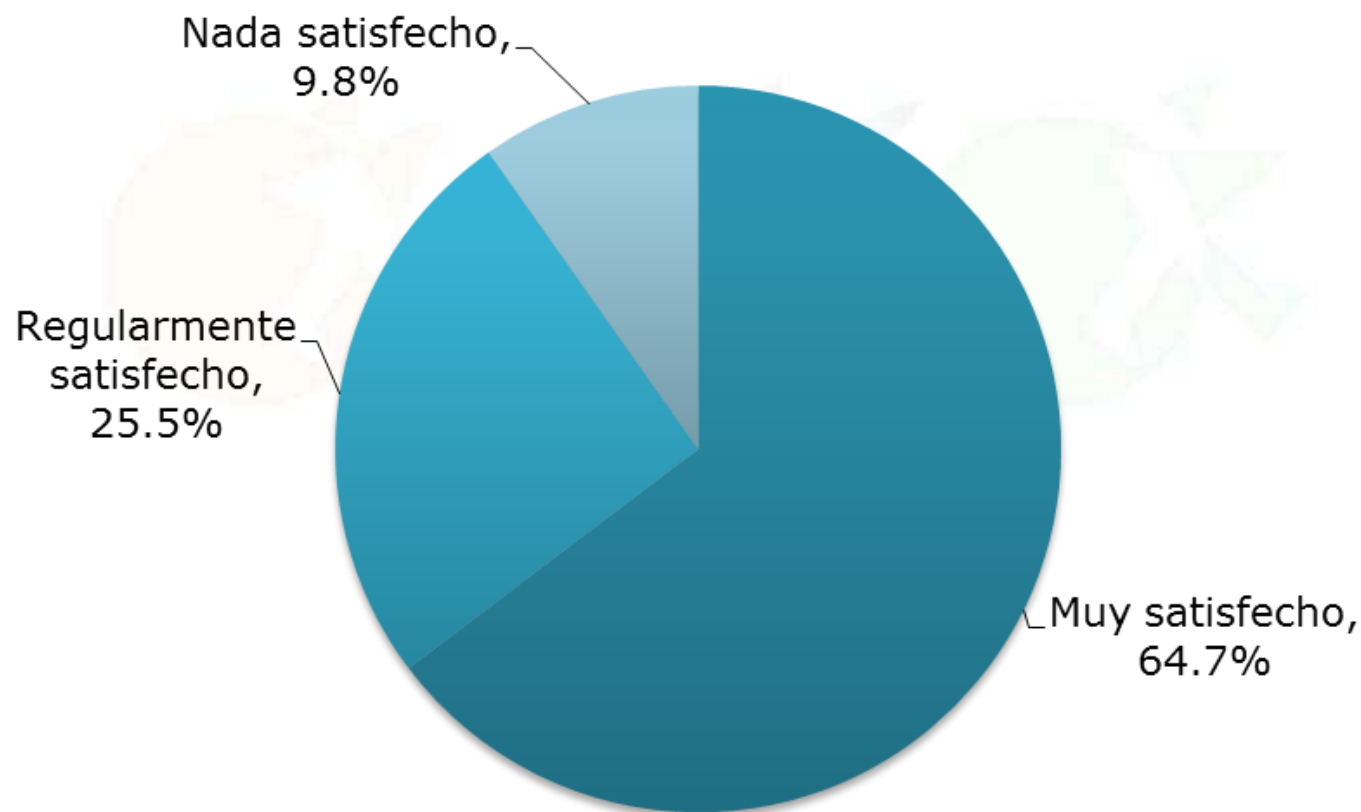
## En esta reunión (o la última), ¿el promotor lo atendió...?

Porcentaje de los que sí asistieron a una reunión dónde les dieron información



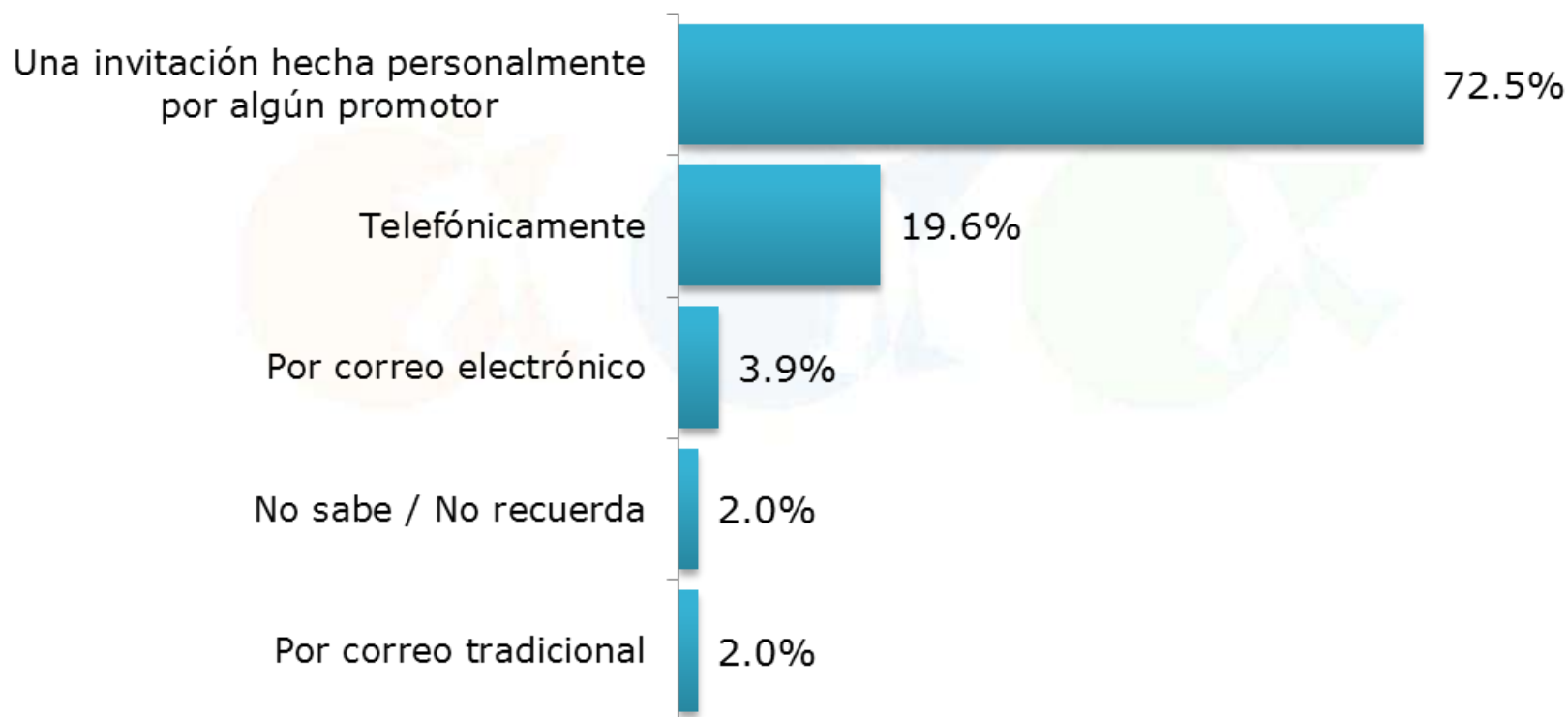
## ¿Qué tan satisfecho quedó con la información sobre tiempos compartidos en esta reunión?

Porcentaje de los que sí asistieron a una reunión en la que les dieron información



## Para asistir a esta reunión ¿fue contactado mediante...?

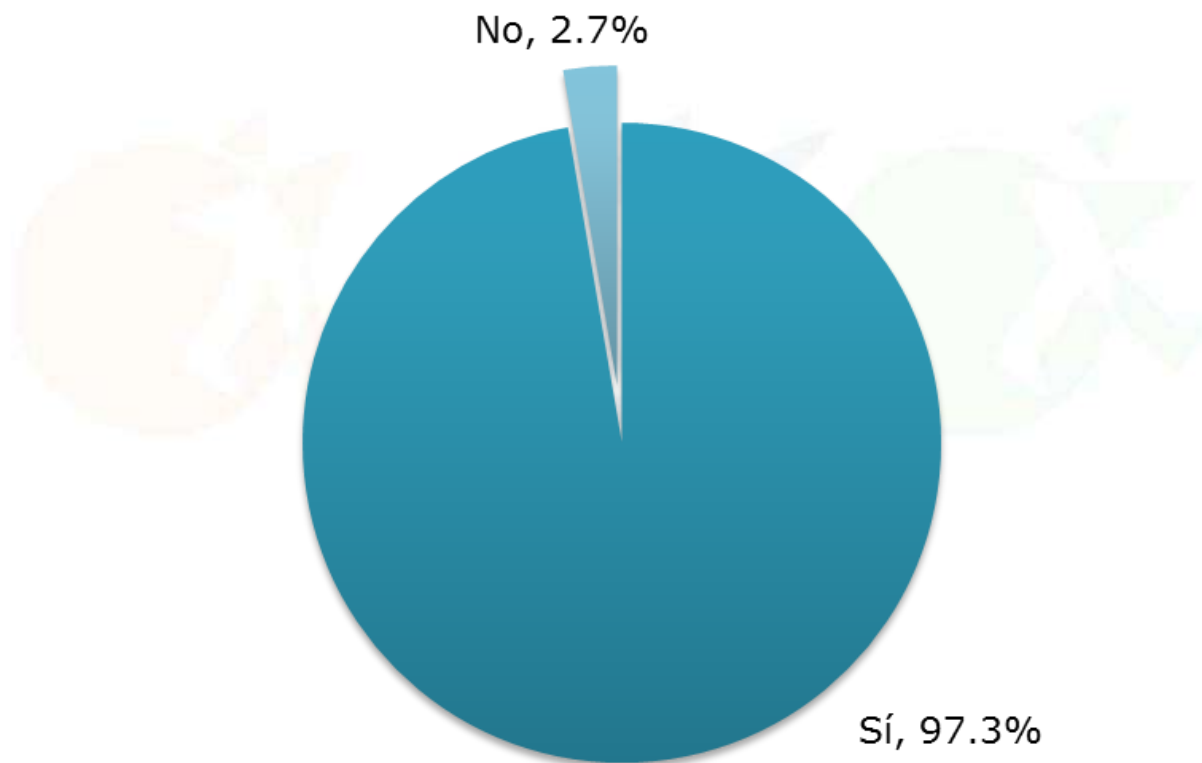
Porcentaje de los que sí asistieron a una reunión dónde les dieron información





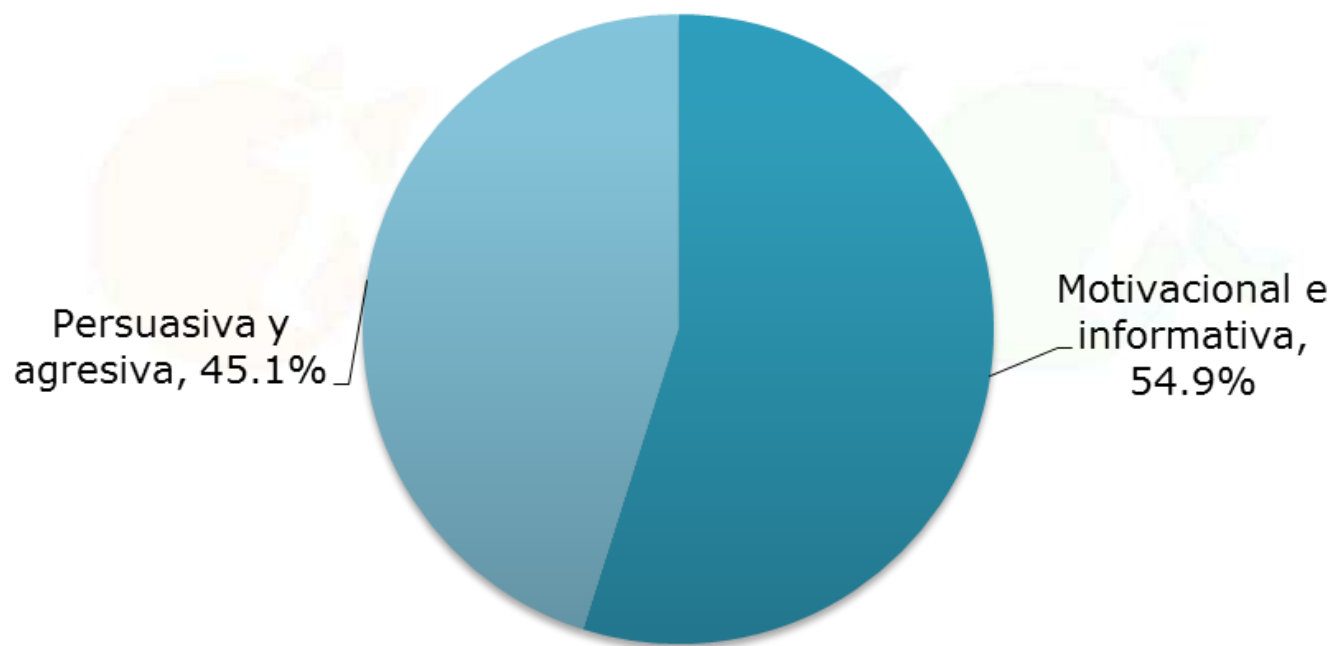
## ¿La invitación fue durante su estancia en el destino turístico?

Porcentaje de los que sí asistieron a una reunión dónde les dieron información



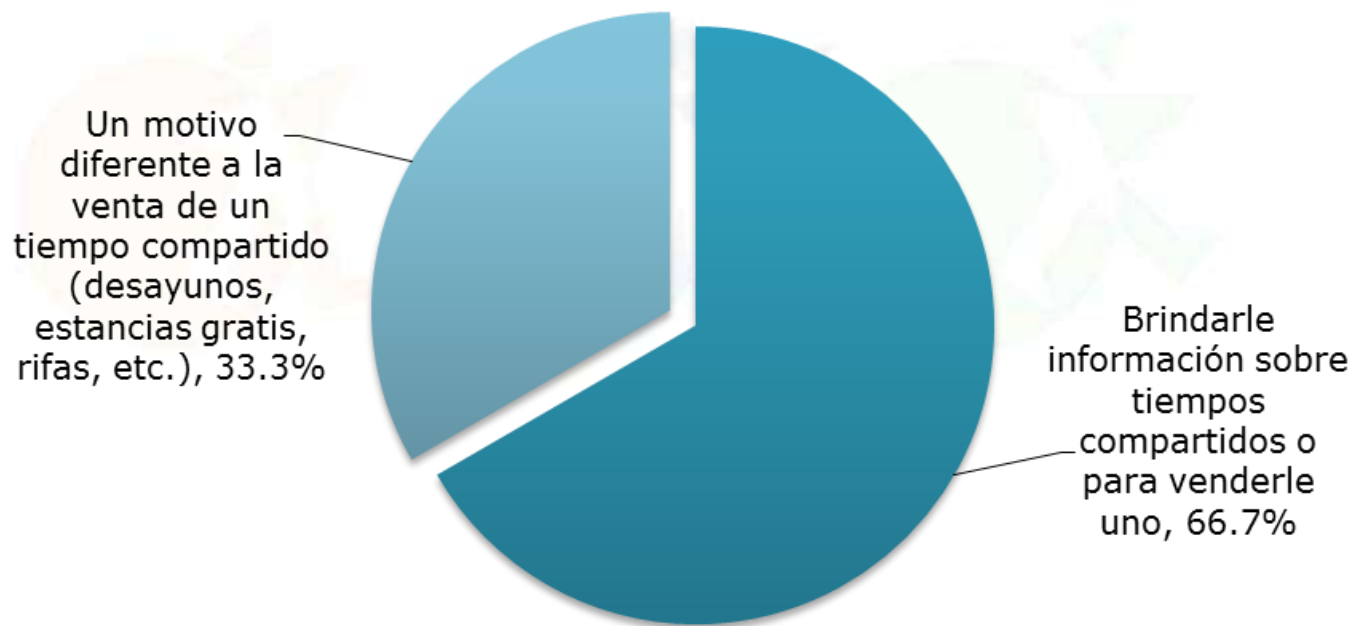
## Esta reunión sobre tiempos compartido ¿le pareció más...?

Porcentaje de los que sí asistieron a una reunión dónde les dieron información



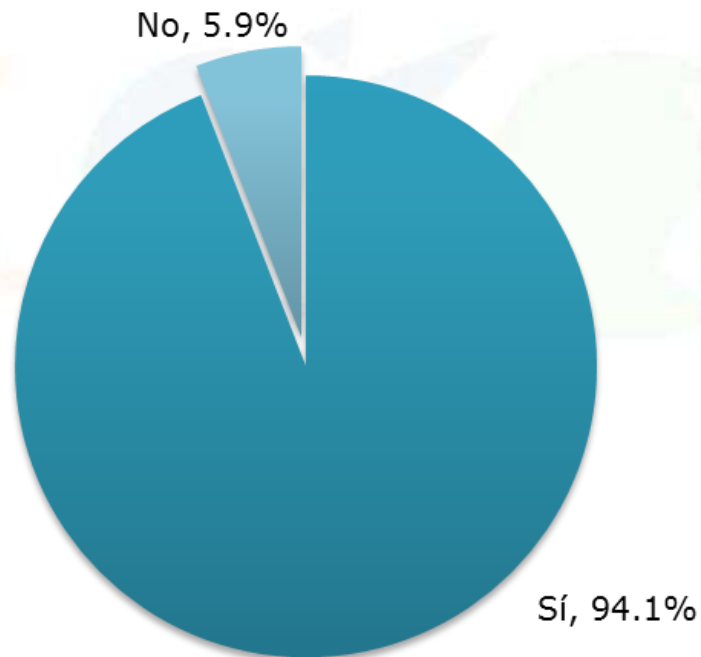
## ¿Qué le dijeron para que asistiera a la reunión sobre tiempos compartidos?

Porcentaje de los que sí asistieron a una reunión dónde les dieron información

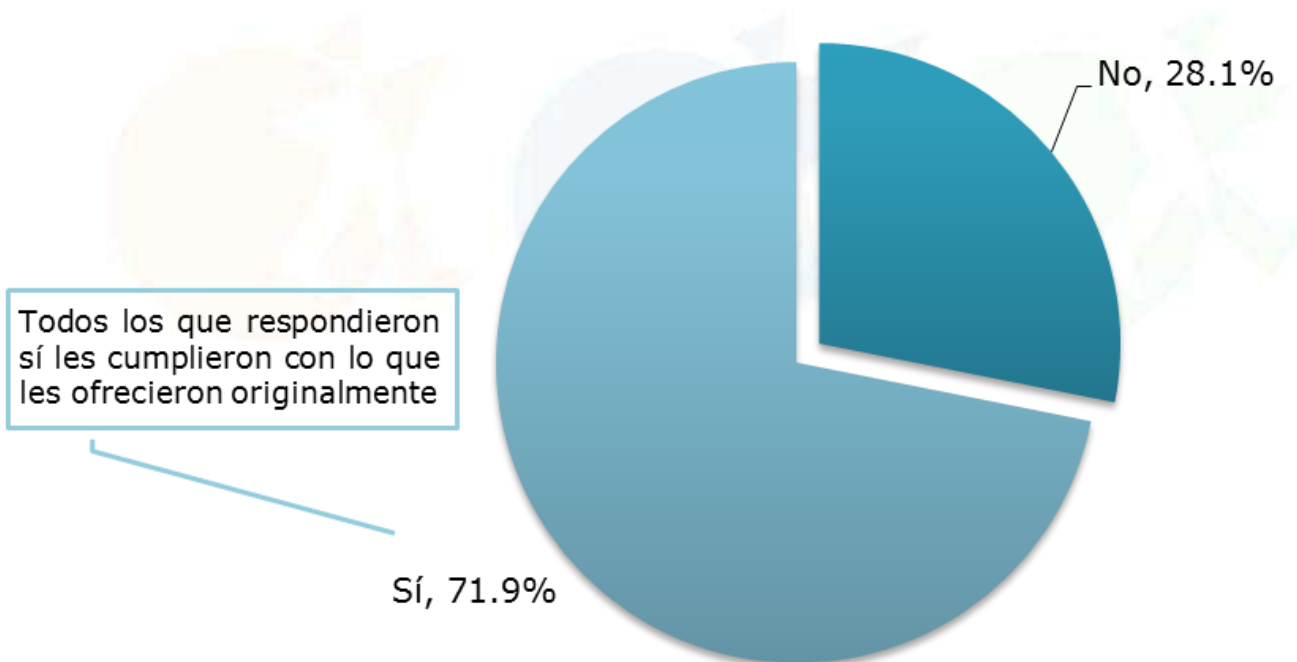


## En la reunión que resultó ser para venderle un tiempo compartido ¿le cumplieron con lo ofrecido originalmente (premio, regalos, cenas, etc.)?

Porcentaje de los que sí asistieron a una reunión dónde les dieron información y que les dieron un motivo diferente a la venta de un tiempo compartido

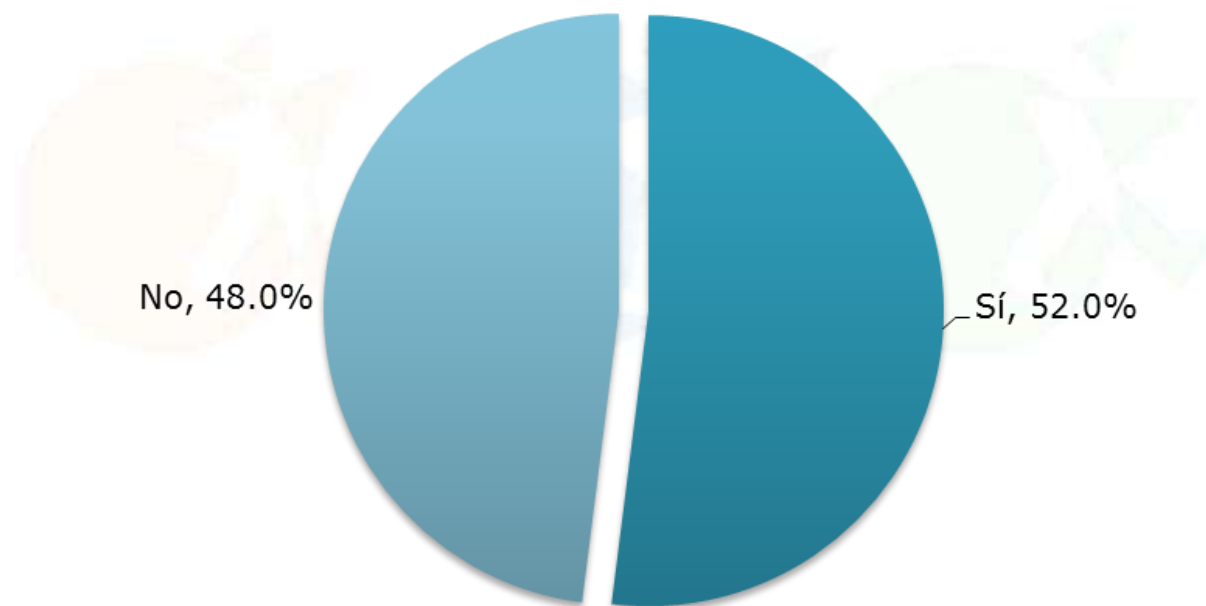


**Por asistir a la reunión sobre las características de un tiempo compartido ¿le ofrecieron alguna recompensa (desayuno, rifa, etc.)?**  
Porcentaje de los que sí asistieron a una reunión dónde les dieron información y que les dijeron que era para darle información de un tiempo compartido



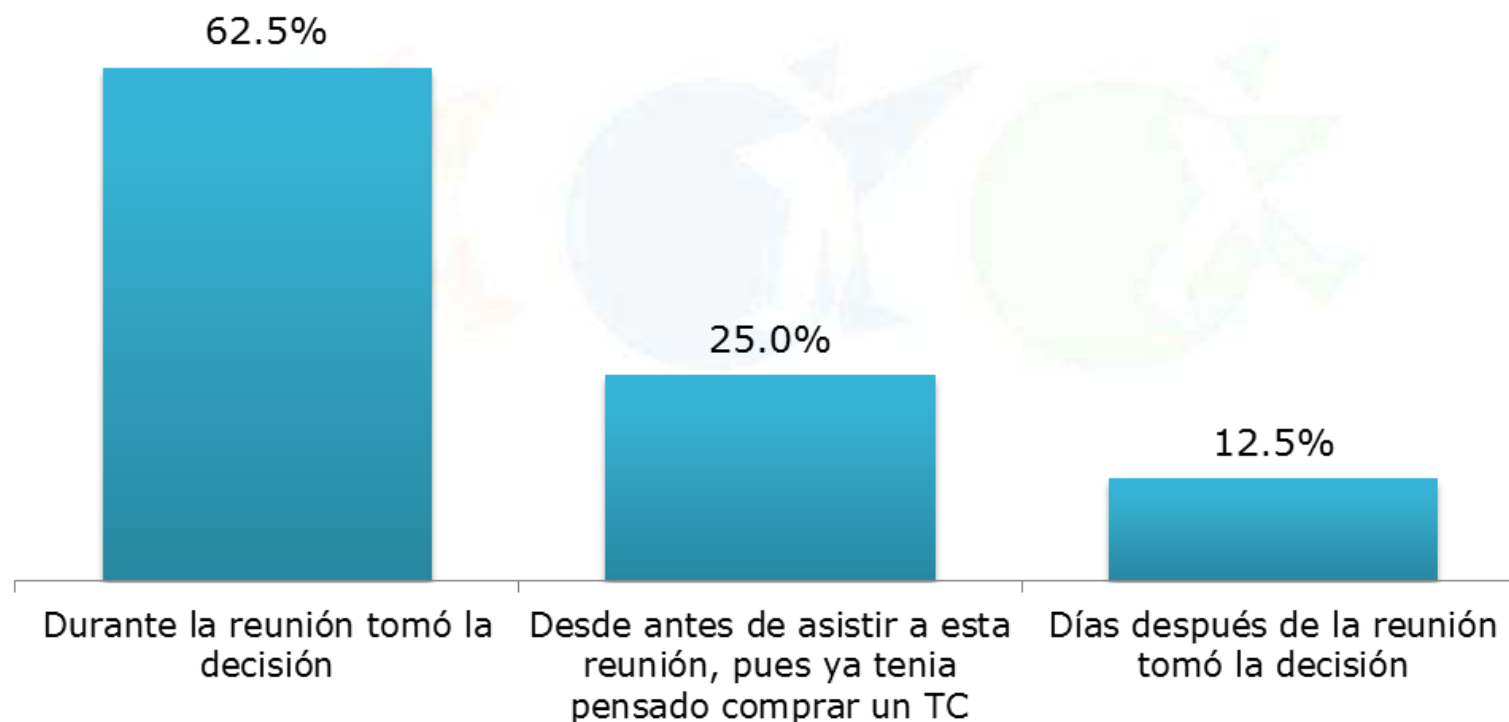
## ¿Considera que en la reunión les faltó dar cierta información sobre los tiempos compartidos?

Porcentaje de los que sí asistieron a una reunión en la que les dieron información



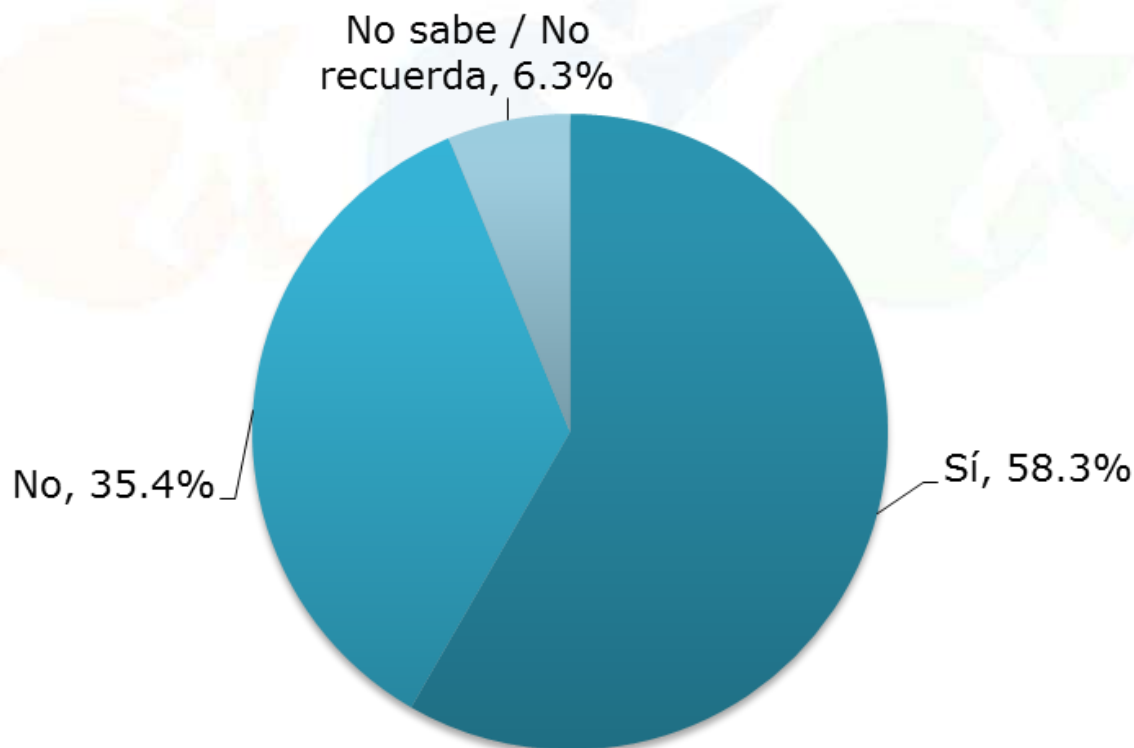
## ¿Tomó la decisión de comprar un tiempo compartido...?

Porcentaje de los que sí asistieron a una reunión dónde compró un tiempo compartido y que sí asistieron a una reunión dónde le dieron información



## ¿Le ofrecieron algún descuento o promoción para que firmará el contrato de compra-venta ?

Porcentaje de los que sí asistieron a una reunión, en la que le dieron información y compró un tiempo compartido





## ¿La información para conocer las características del tiempo compartido que le brindaron fue...?

Porcentaje de los que sí asistieron a una reunión, en la que le dieron información y compró un tiempo compartido

Confusa y difícil de entender, 22.9%

Clara y fácil de comprender, 77.1%

# Resultados

- 90.7% de los que compraron un tiempo compartido asistieron a una reunión en la que le dieron información sobre las características de éste.
- En dicha reunión, a 60.8% el promotor los atendió de manera exclusiva, mientras que al 39.2% los atendió junto con un grupo de personas o posibles compradores.
- De los que no asistieron a una reunión sobre tiempos compartidos, buscaron información a través de folletería en un lugar turístico (1.9%), con familiares y amigos (1.9%), en agencia de viajes (1.9%) o con un promotor (sin asistir a una reunión, 3.7%).
- Los que no asistieron a alguna reunión sobre tiempos compartidos y buscaron información sobre el tiempo compartido que compraron quedaron muy satisfechos con la información que encontraron además, consideraron que ésta fue clara y fácil de entender.
- 64.7% quedó muy satisfecho con la información sobre tiempos compartidos que le brindaron en la reunión.
- Para asistir a esta reunión, 72.5% fue contactado mediante una invitación hecha personalmente por algún promotor.
- 93.7% manifestó que la invitación fue durante su estancia en el destino turístico.



Vivir Mejor




Procuraduría Federal del Consumidor

# Resultados

- Sobre esta reunión sobre tiempos compartidos, 54.9% opinó que fue motivacional e informativa y 45.1% persuasiva y agresiva.
- 33.3% les dieron un motivo diferente (desayunos, estancias gratis, rifas, etc.) para que asistiera a la reunión sobre tiempos compartidos.
- En la reunión en los que le vendieron un tiempo compartido, 94.1% manifestó que sí le cumplieron con lo ofrecido originalmente (premio, regalos, cenas, etc.).
- Por asistir a la reunión sobre las características de un tiempo compartido, a 71.9% de los entrevistados le ofrecieron alguna recompensa (desayuno, rifa, etc.). Al 100% de ellos les otorgaron la recompensa que les habían ofrecido para que asistieran.
- 52.0% consideró que en la reunión les faltó dar cierta información sobre los tiempos compartidos.
- 62.5% tomó la decisión de comprar un tiempo compartido durante la reunión.
- 58.3% le ofrecieron algún descuento o promoción para que firmará el contrato de compra-venta
- La información para conocer las características del tiempo compartido que le brindaron fue clara y fácil de comprender (77.1%)

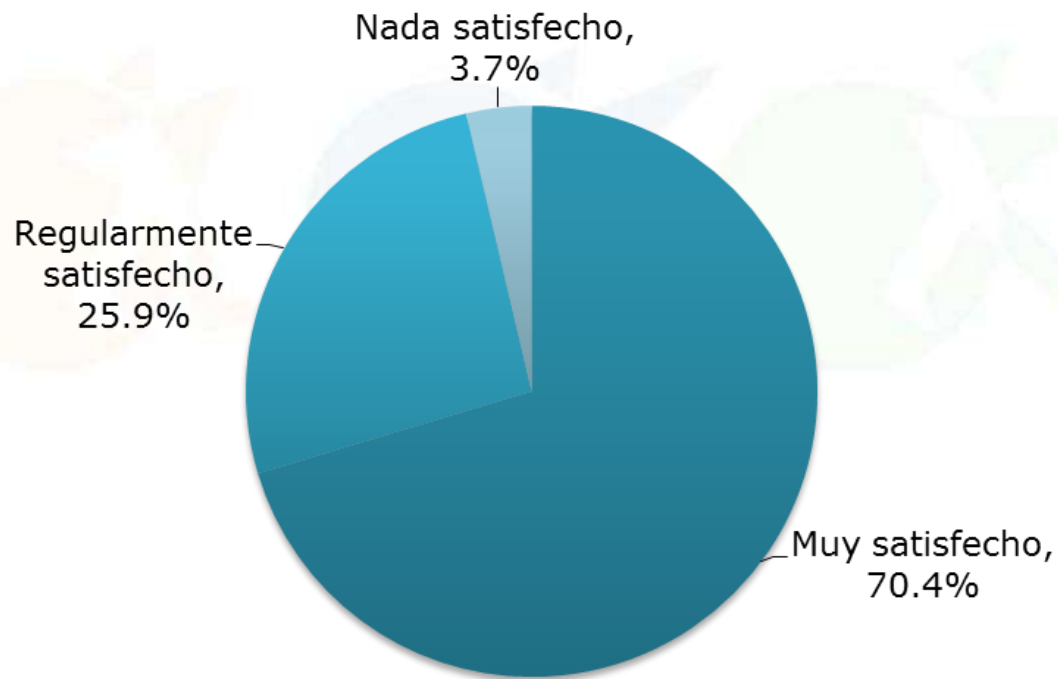




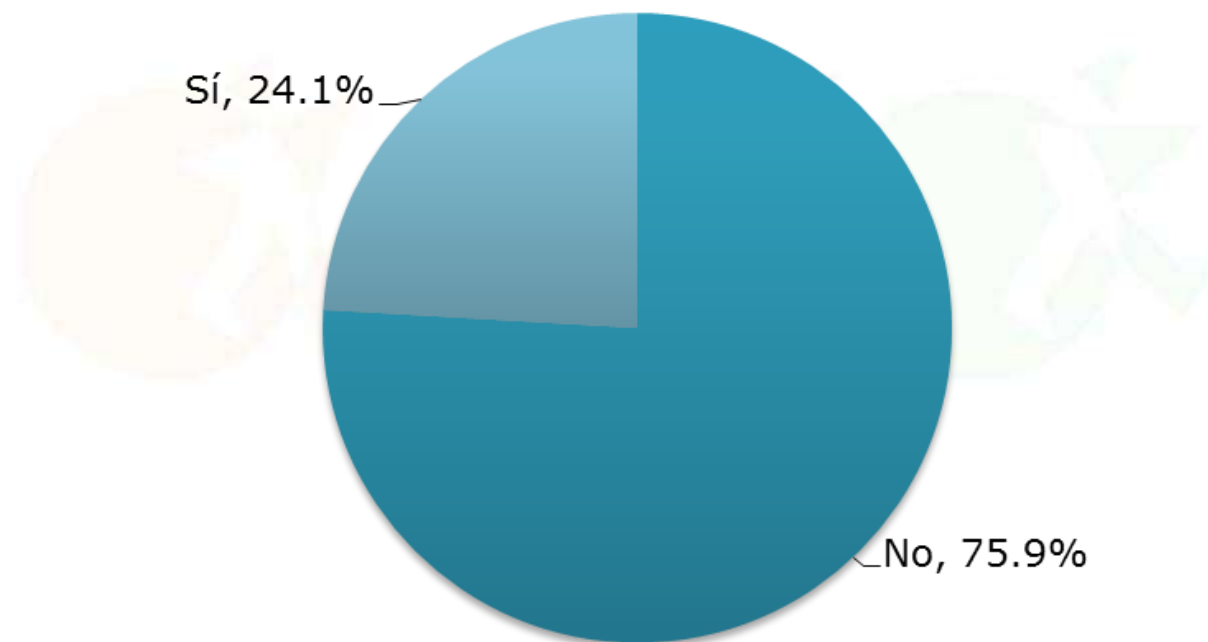
# Satisfacción sobre la información ofrecida por el vendedor durante el trámite de compra



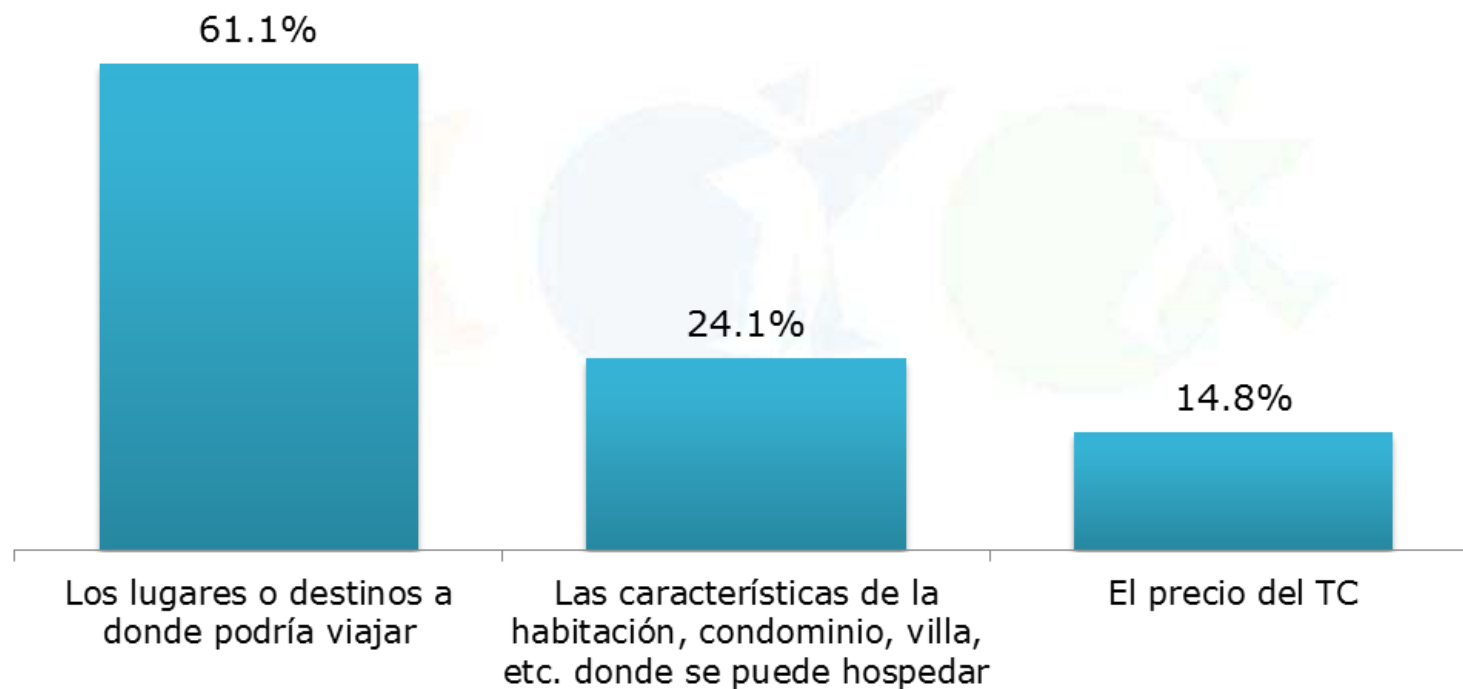
## ¿Qué tan satisfecho quedó con la información que le dieron durante el trámite de compra del tiempo compartido?



## Antes de comprar ¿comparó precios y características entre varios proveedores de tiempos compartidos?



## La decisión de compra del tiempo compartido se determinó por...



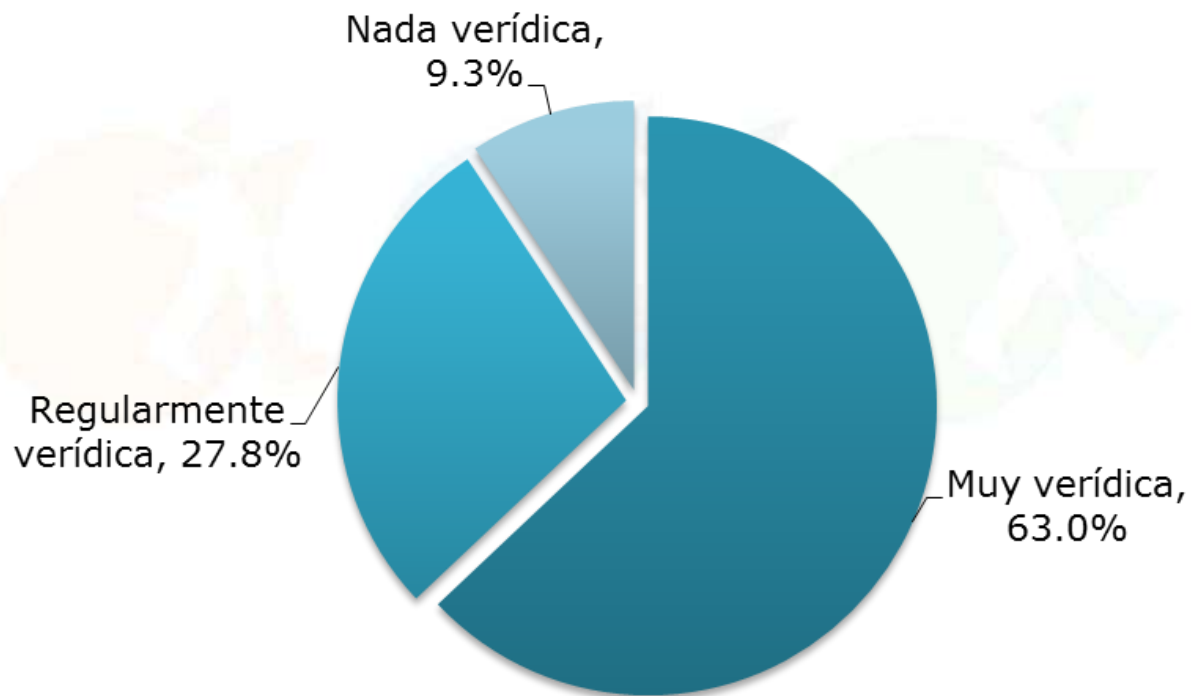
## Información proporcionada por el vendedor durante el trámite de compra

Tipo de información	Sí	No
Tipo de habitación	94.4%	5.6%
Categoría de los hoteles	92.6%	7.4%
Destinos	98.1%	1.9%
Precio de la membresía	98.1%	1.9%
Cuotas de mantenimiento extraordinarias*	72.2%	22.2%
Años incluidos	98.1%	1.9%
Tipo y cantidad de semanas	96.3%	3.7%

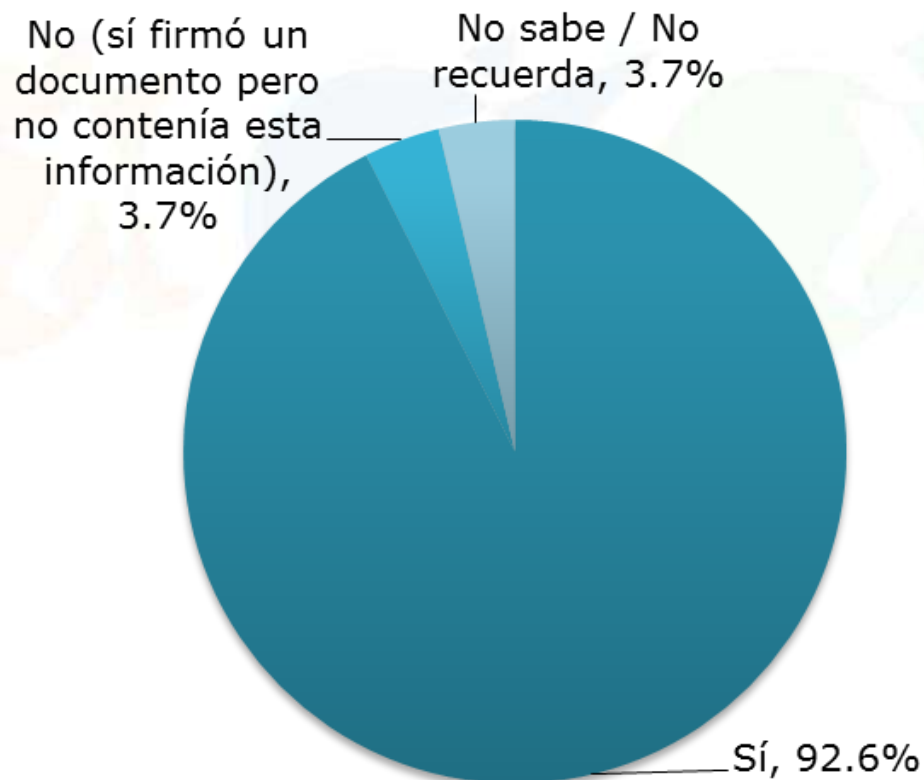
\*Los porcentajes no suman 100%, toda vez que no se consideró el no sabe/no recuerda



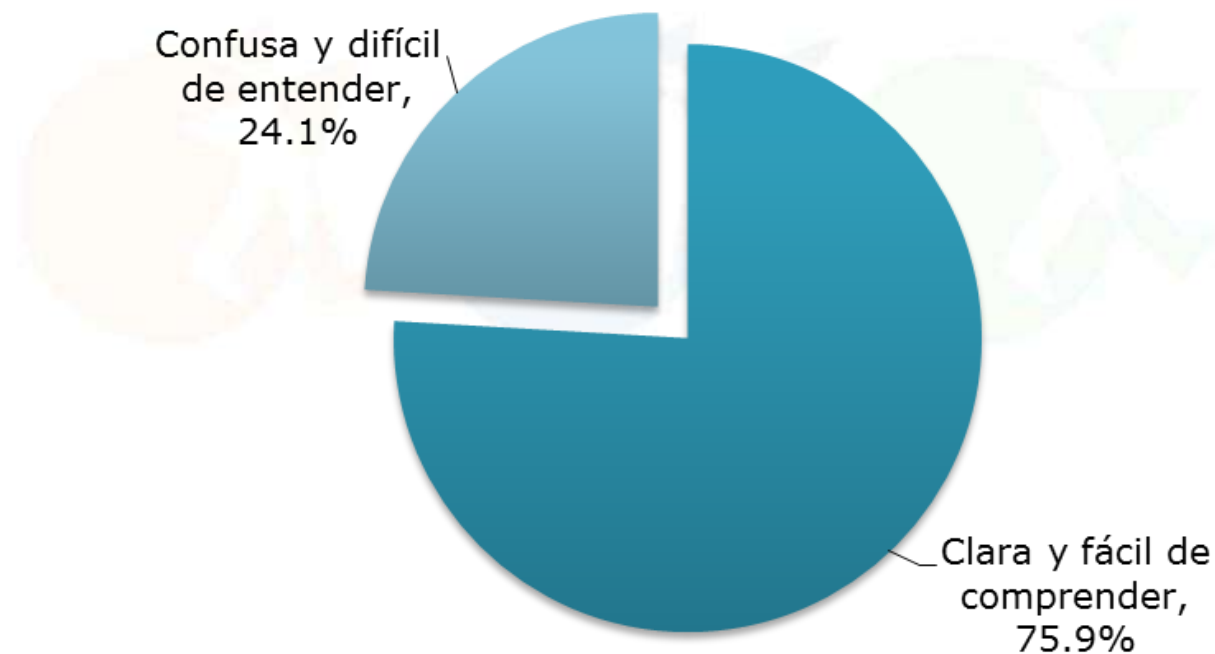
## ¿Qué tan verídica resultó la información sobre las características del tiempo compartido con las que realmente observó?



## Durante el proceso de compra ¿firmó algún contrato o documento en el que se le especificarán por escrito las características del tiempo compartido?

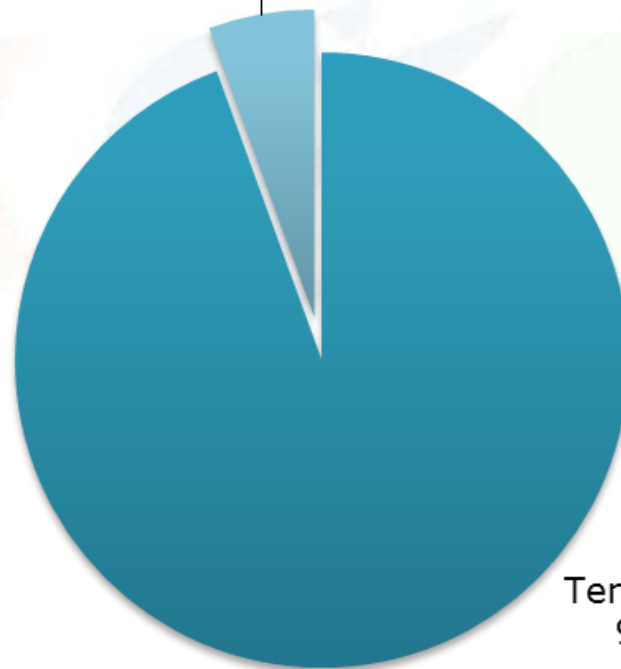


## ¿La información sobre las características y periodos de uso del tiempo compartido que compró fue...?



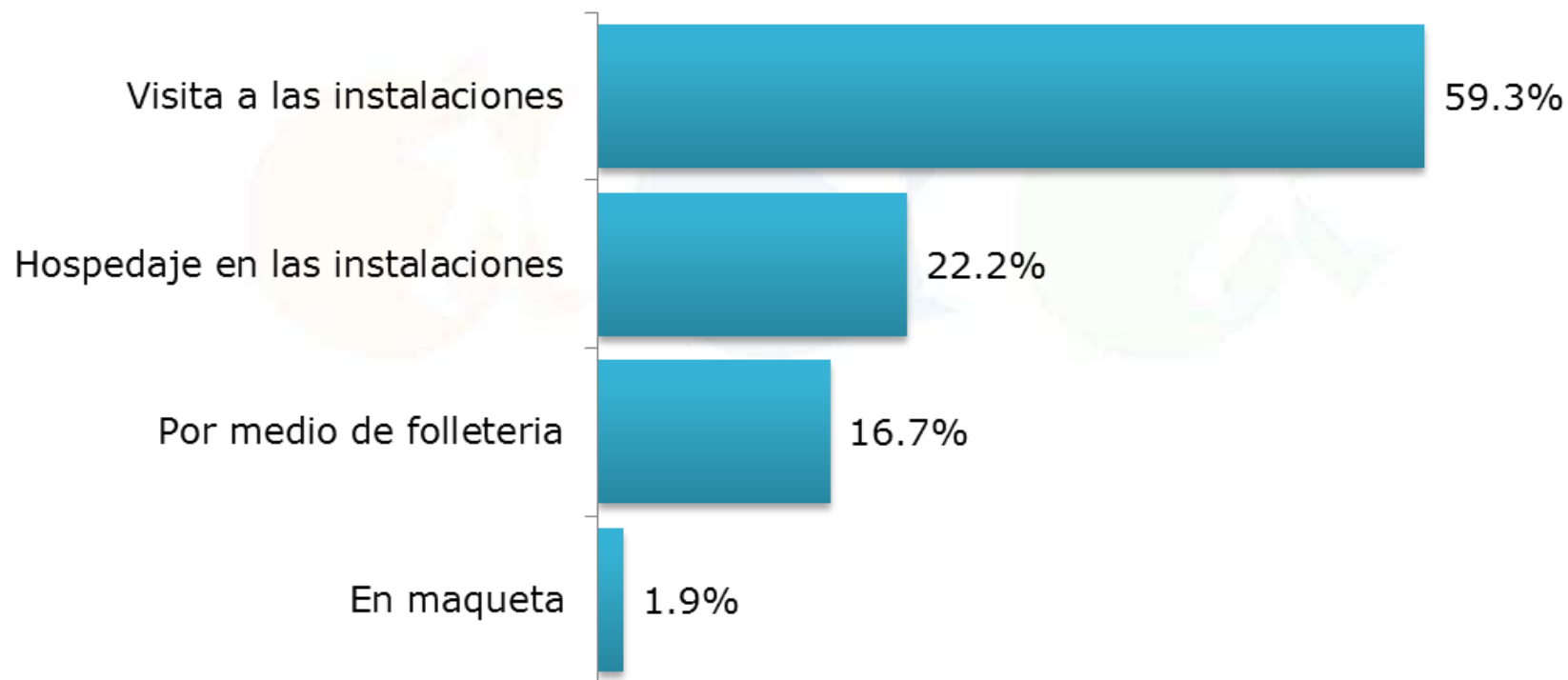
## ¿Cuándo compró la mayoría de las instalaciones dónde se podía hospedar estaban...?

Sin terminar  
(preventa), 5.6%

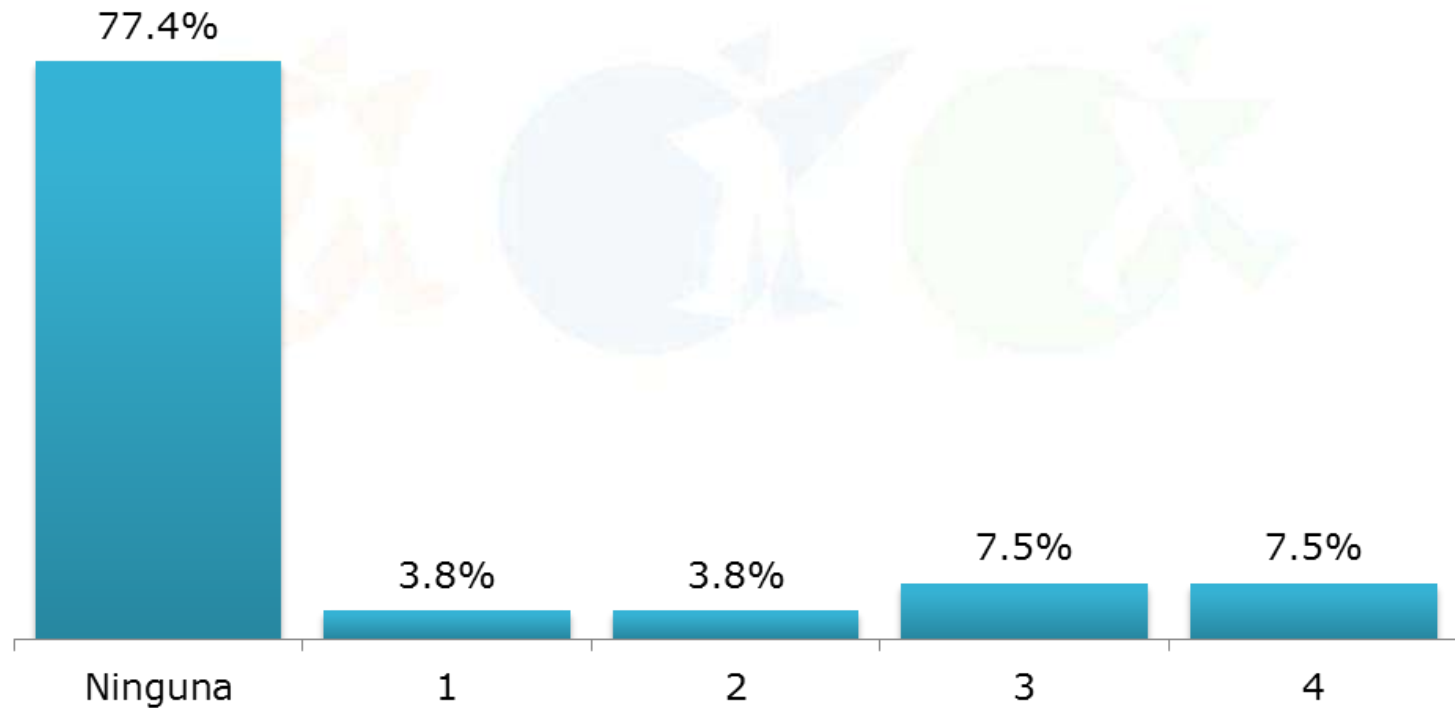


Terminadas,  
94.4%

## Antes de adquirir el tiempo compartido ¿conoció el tipo de habitación y de hotel dónde podría hospedarse?



## ¿Cuántas de estas instalaciones diferentes visitó o se hospedó antes de elegir el tiempo compartido que compró?



# Resultados

- 70.4% quedó muy satisfecho con la información que le dieron durante el trámite de compra del tiempo compartido.
- Antes de comprar, 75.9% comparó precios y características entre varios proveedores de tiempos compartidos.
- La decisión de compra del tiempo compartido se determinó por los lugares o destinos a donde podría viajar (61.1%).
- 63.0% consideró muy verídica la información sobre las características del tiempo compartido respecto a las que tenía el tiempo compartido al llegar a él.
- Durante el proceso de compra, 92.6% firmó algún contrato o documento dónde se especificaban por escrito las características del tiempo compartido.
- Para 75.9% de los entrevistados, la información sobre las características y periodos de uso del tiempo compartido que compró fue clara y fácil de entender.
- 94.4% manifestó que cuando compró la mayoría de las instalaciones donde se podía hospedar estaban terminadas.
- Antes de adquirir un tiempo compartido, 59.3% conoció el tipo de instalaciones y espacios donde podría hospedarse mediante una visita a éstos, el 22.2% se hospedó en ellos, el 16.7 por medio de folletería y el 1.6% a través de una maqueta.

# Resultados

- 77.4% de los entrevistados no visitó o se hospedó en ninguna de las instalaciones antes de elegir el tiempo compartido que compró.
- Información que sí proporcionó el vendedor durante el trámite de compra:
  - Tipo de habitación 94.4%
  - Categoría de los hoteles 92.6%
  - Destinos 98.1%
  - Precio de la membresía 98.1%
  - Cuotas de mantenimiento extraordinarias 72.2%
  - Años incluidos 98.1%
  - Tipo y cantidad de semanas 96.3%
  - Meses del año 90.7%
  - Procedimiento para la reservación o confirmación 87.0%



# Percepción del consumidor sobre el precio de venta y cuotas



Vivir Mejor

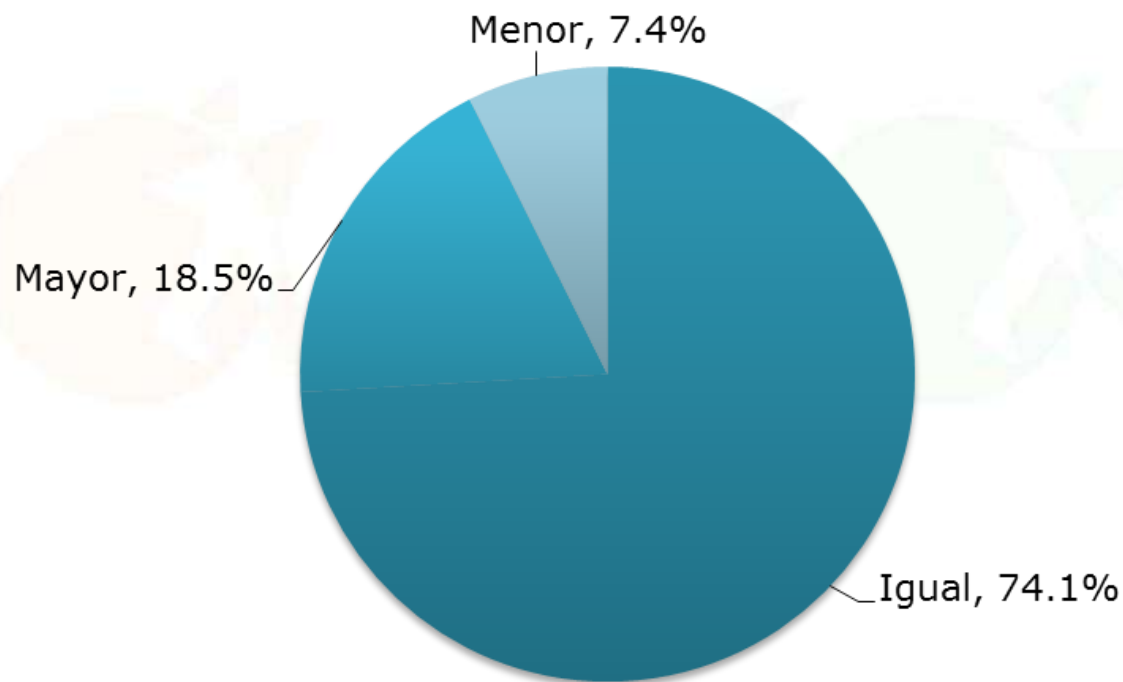


# Antes o durante la compra ¿tenía idea de los costos del tiempo compartido?



## ¿La cantidad de dinero que programó para éstos gastos respecto a los que realmente pagó fue...?

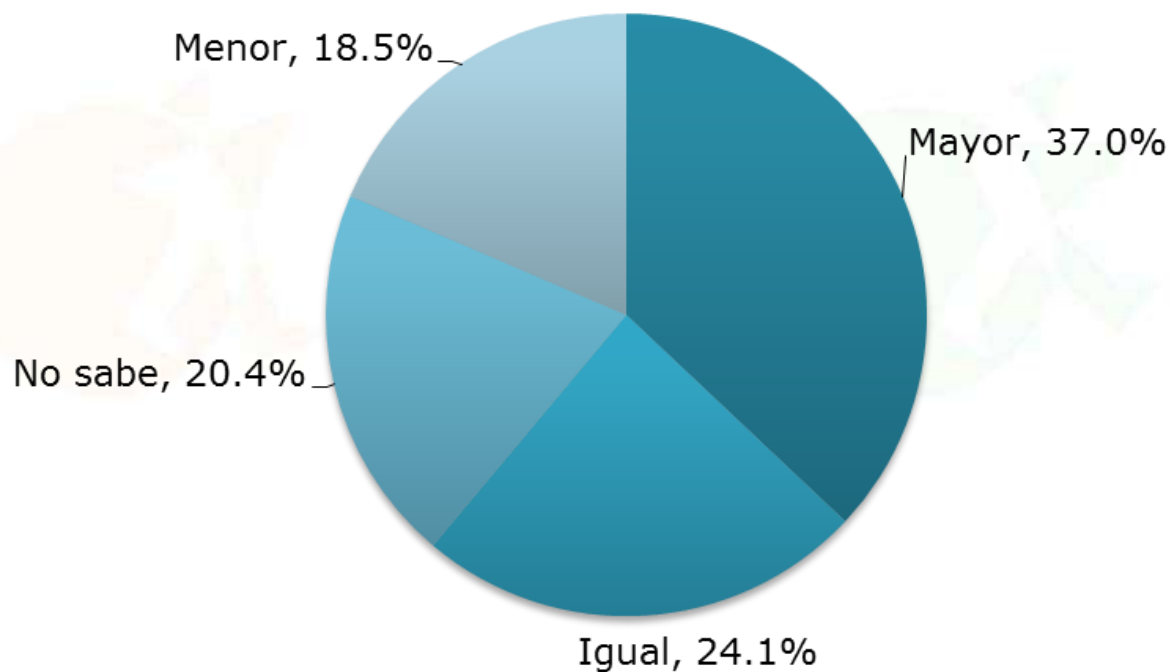
Porcentaje de los sí tenían idea de los costos por hacer uso del tiempo compartido



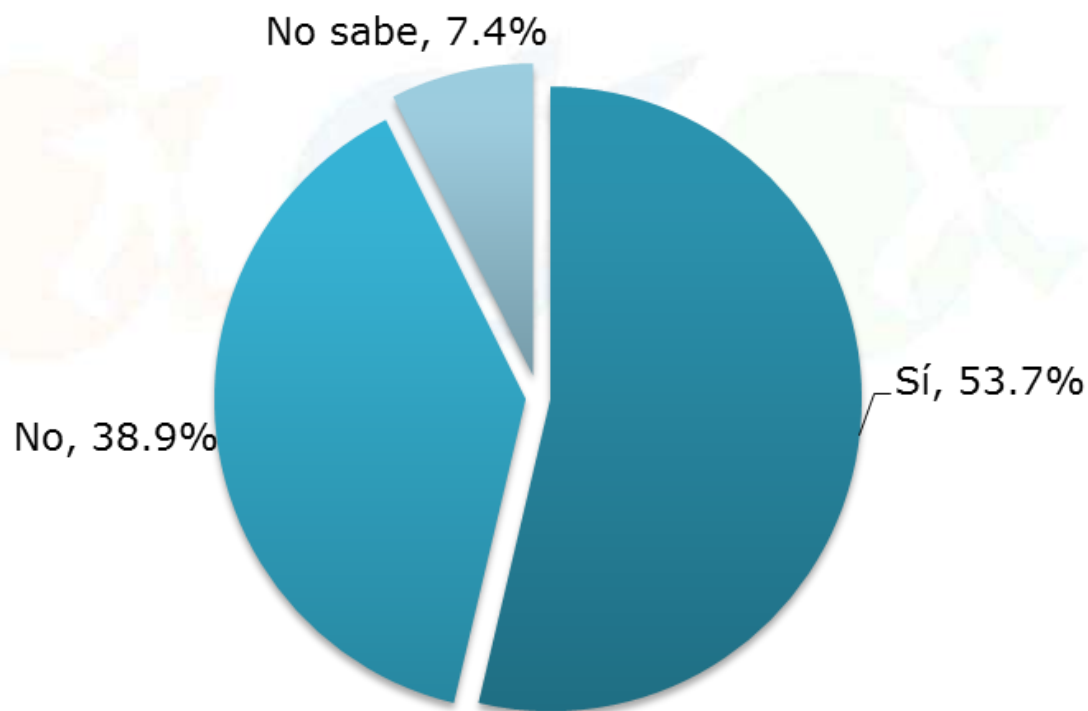
## ¿El precio de la membresía y cuotas respecto a la habitación, hotel y destino considera que fueron o son...?



## Considera que por el tipo de habitaciones, hoteles y destinos, el precio actual de su tiempo compartido es...



## ¿Considera que los vendedores ocultan o les falta dar información sobre características y precios de los tiempos compartidos durante el proceso de compra?



# Resultados

- Antes o durante la compra, 50.0% tenía idea de los costos de adquirir un tiempo compartido.
- De los que sí tenían idea de dichos costos, 74.1% dijo que la cantidad de dinero que programó para éstos gastos respecto a los que realmente pagó fue igual.
- 61.1% consideró adecuado el precio de la membresía y cuotas respecto a la habitación, hotel y destino.
- 37.0% consideró que por el tipo de habitaciones, hoteles y destinos, el precio actual de su tiempo compartido es mayor. Es decir, ha habido una apreciación del valor de la propiedad con el paso del tiempo.
- 53.7% considera que los vendedores ocultan o les falta dar información sobre características y precios de los tiempos compartidos durante el proceso de compra.

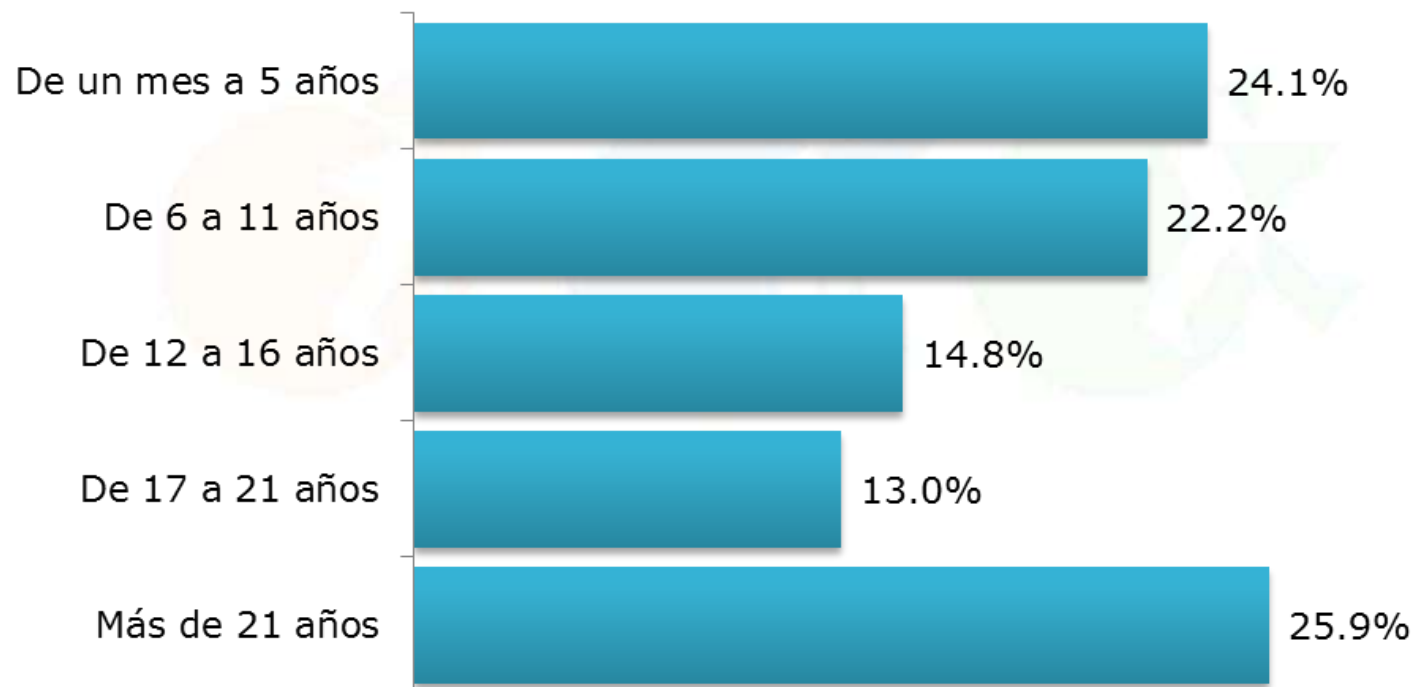


# Satisfacción sobre las características del tiempo compartido que compró

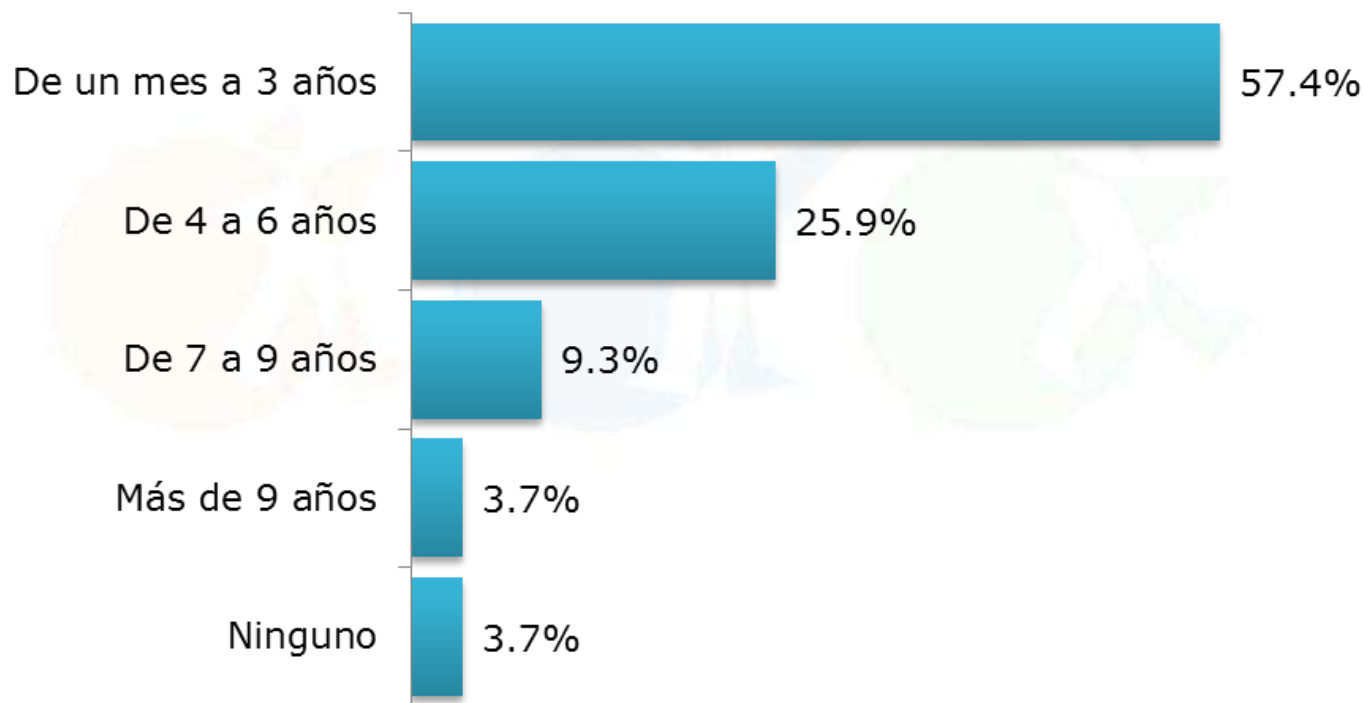




## ¿Cuántos años hace que compró su tiempo compartido?



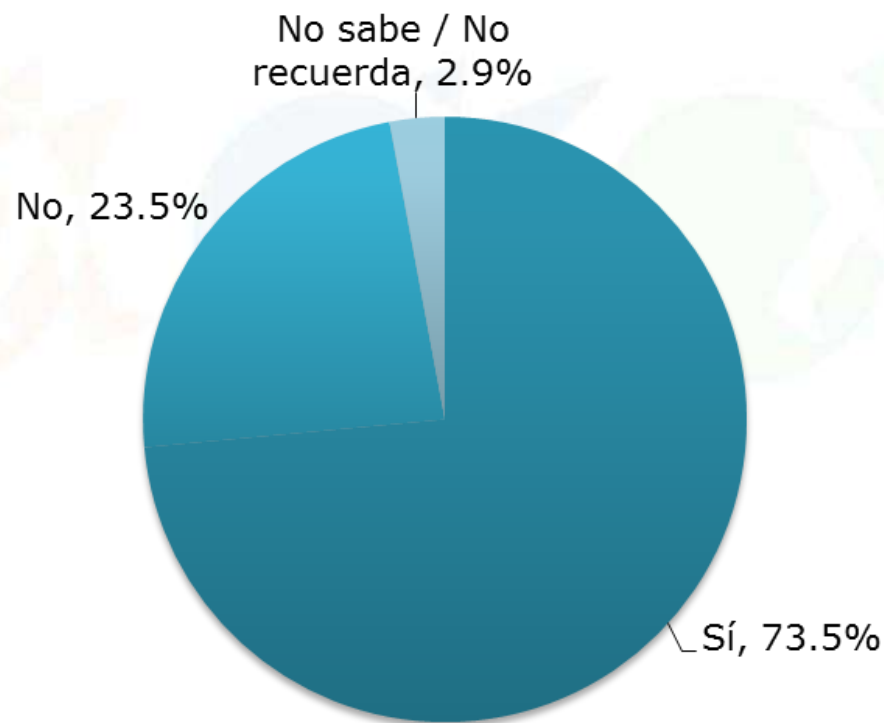
## De enero de 2012 a la fecha ¿cuántos años ha usado su tiempo compartido?



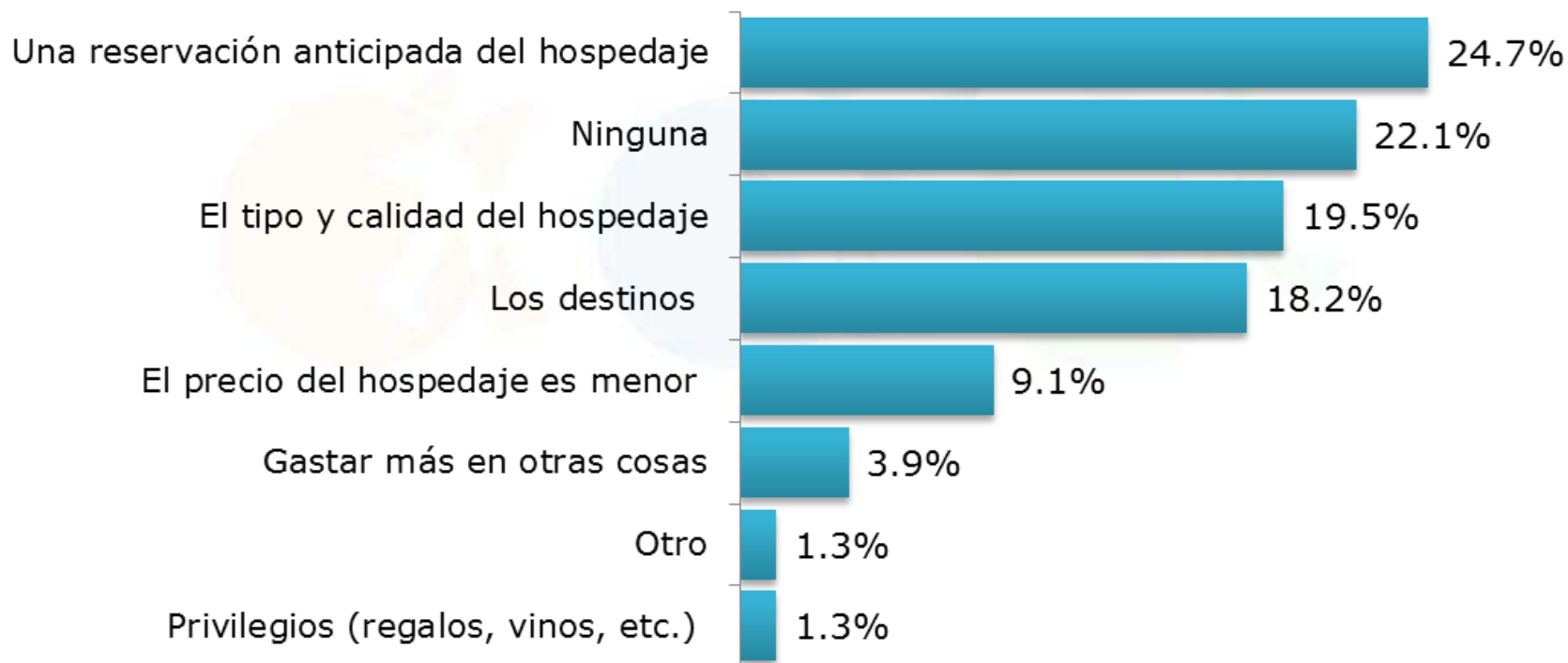
## ¿Qué tan satisfecho quedó con el tipo de habitación y de hotel del tiempo compartido que compró?



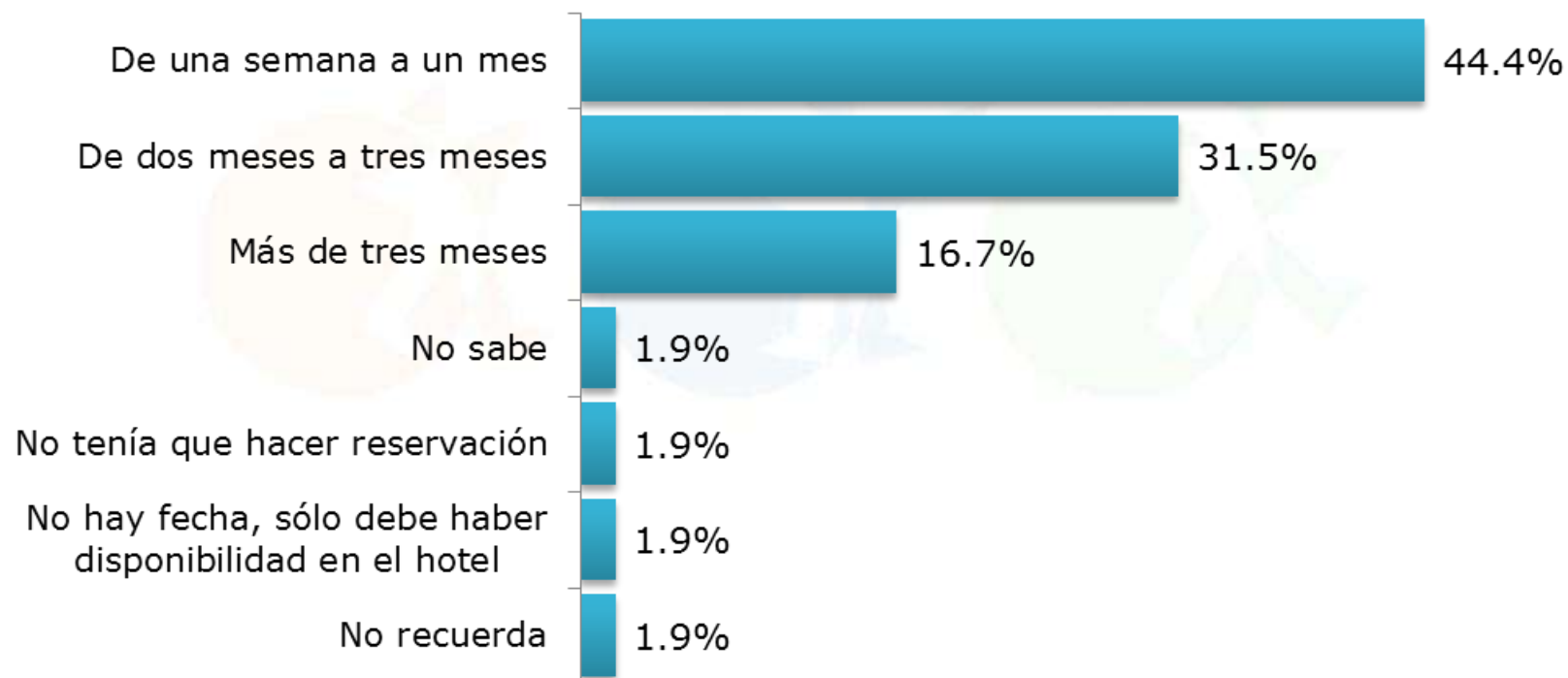
## ¿Considera que el precio, cuotas de mantenimiento, etc., que pagó o paga son proporcionales al tipo de servicio recibido?



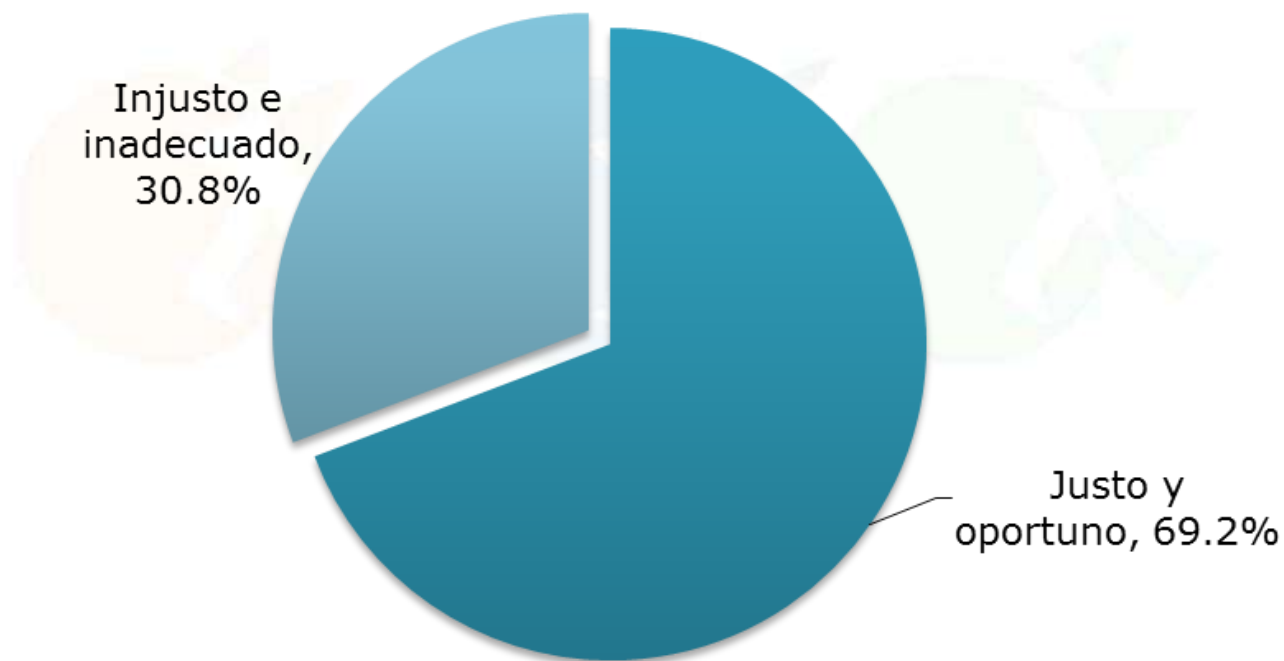
## ¿Qué ventajas ha encontrado por haber comprado un tiempo compartido?



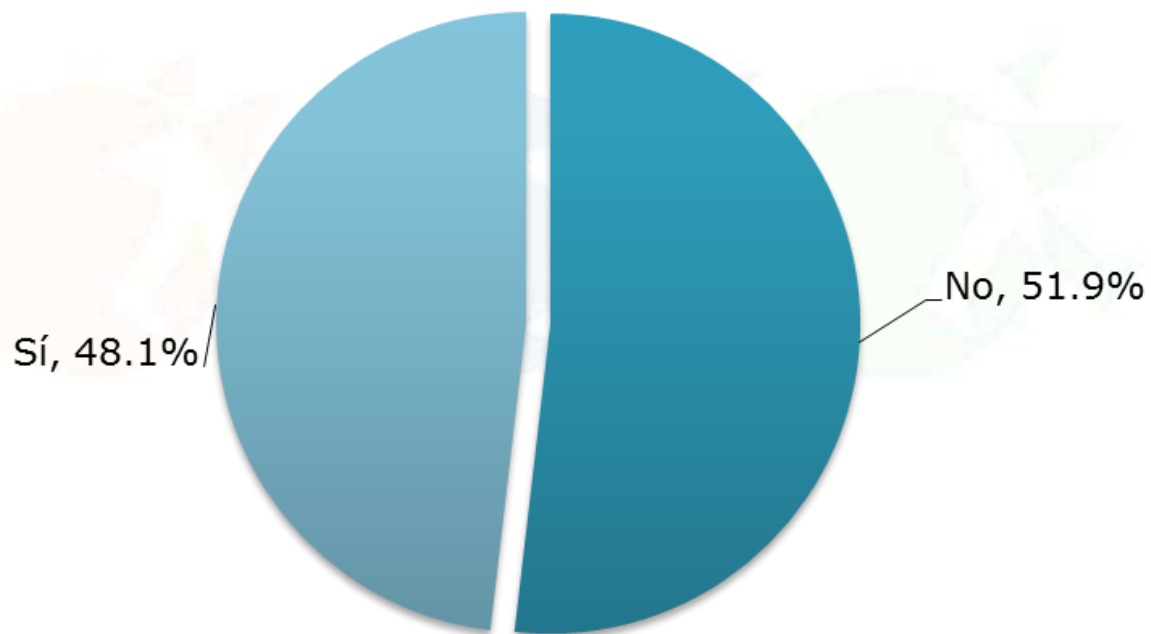
## ¿Con cuánto tiempo de anticipación tiene o tenía que hacer su reservación de su tiempo compartido?



## ¿Cómo considera el sistema para hacer la reservación de su tiempo compartido?



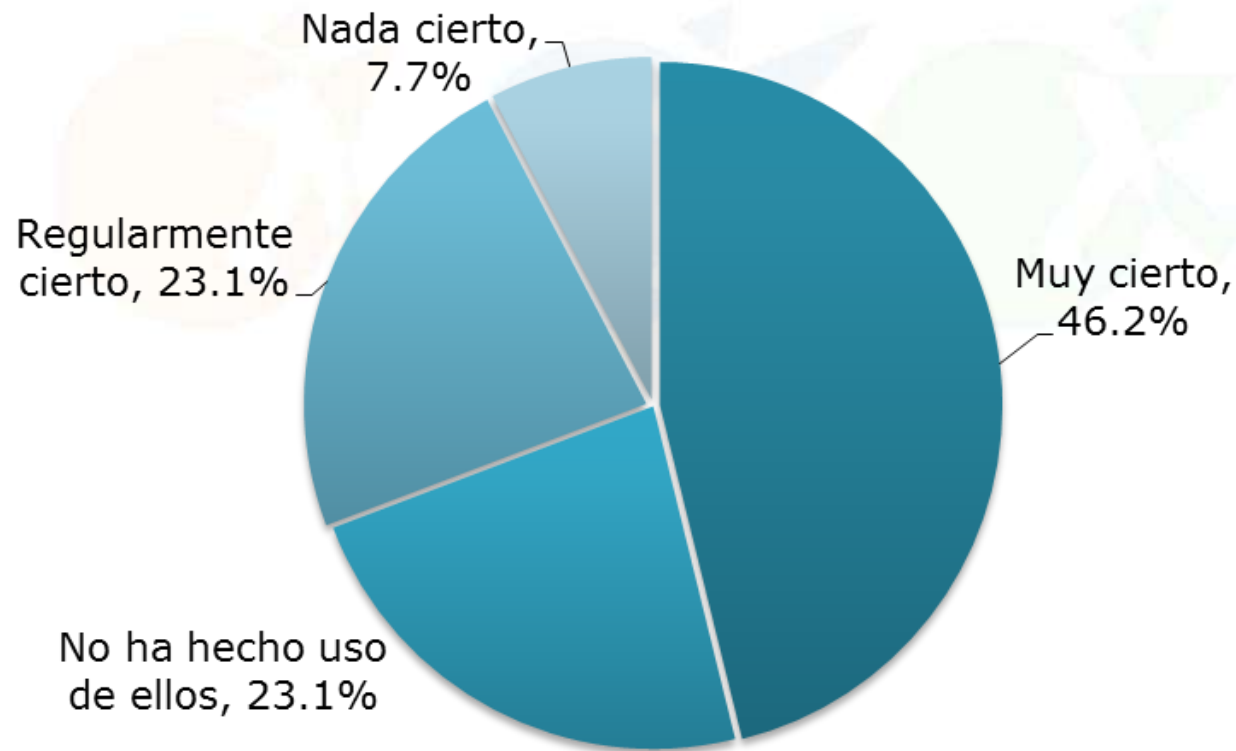
**Además del servicio de hospedaje de su tiempo compartido ¿puede o podía recibir algunos servicios o beneficios como descuentos de renta de autos, transporte, etc.?**





## ¿Qué tan cierto le resultaron estos otros servicios o beneficios (descuentos de renta, de autos, de transporte, etc.) ?

Porcentaje de los que sí podían o pueden recibir otros beneficios



# Resultados

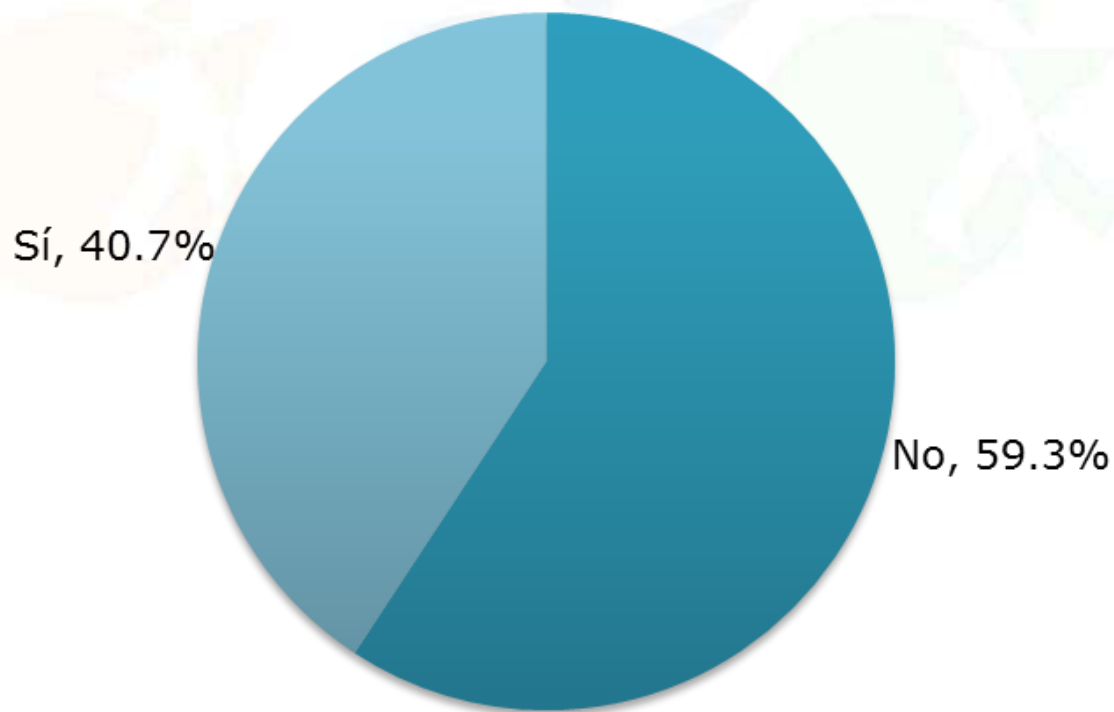
- 24.1% compró su tiempo compartido en los últimos 5 años.
- Antes o durante la compra 50.0%, tenía idea de los costos de adquirir un el tiempo compartidos.
- 79.4% quedó muy satisfecho con el tipo de habitación y de hotel del tiempo compartido que compró.
- 75.3% considera que el precio, cuotas de mantenimiento, etc., que pagó o paga son proporcionales al tipo de servicio recibido.
- Las principales ventajas que ha encontrado de tener un tiempo compartido son: una reservación anticipada del hospedaje (24.7%), el tipo y calidad del hospedaje (19.5%) y los destinos (18.2%).
- 44.4% mencionó que tenía o tiene que hacer la reservación de su tiempo compartido con una anticipación de entre una semana y un mes.
- 69.2% consideró que el sistema para hacer la reservación de su tiempo compartido justo y oportuno.
- Además del servicio de hospedaje de su tiempo compartido, 48.1% podía o puede recibir algunos servicios o beneficios como descuentos de renta de autos, transporte, etc.



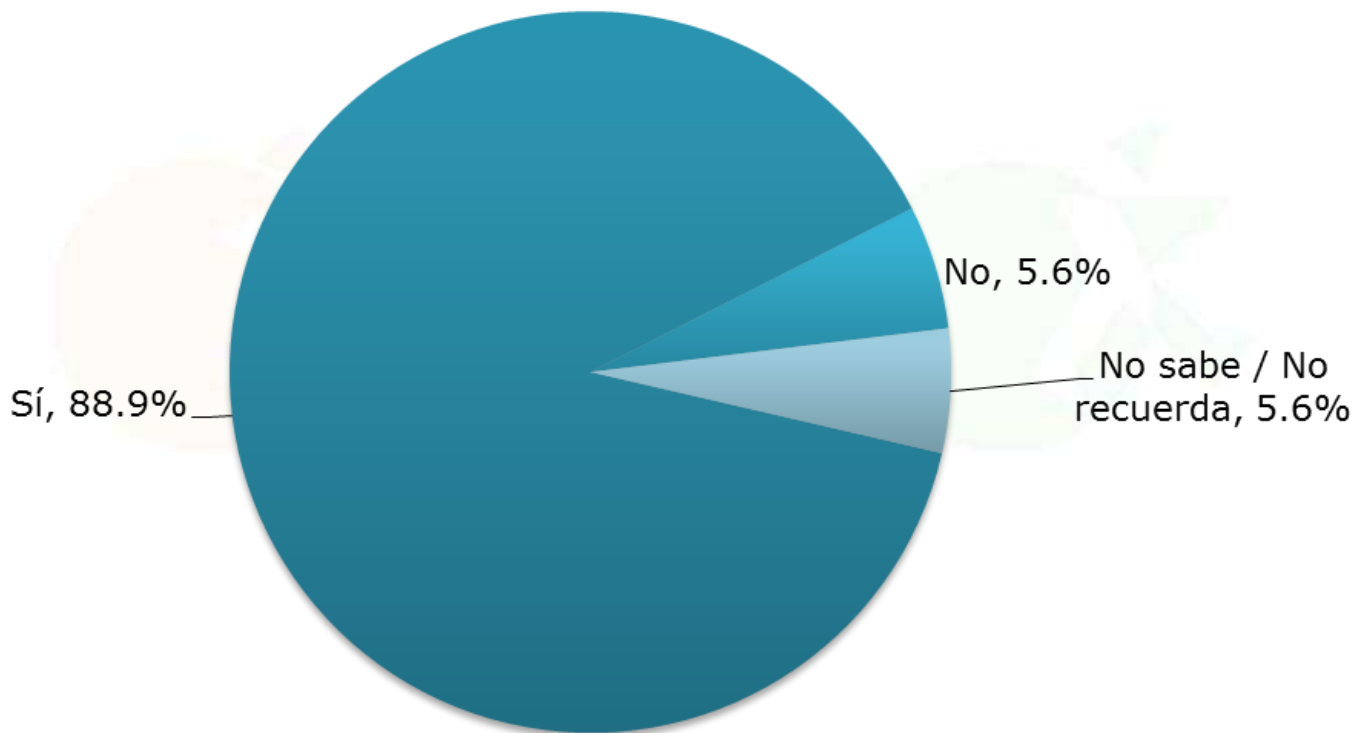
Satisfacción sobre la información proporcionada por el vendedor sobre el trámite legal que se tiene que realizar para adquirir el tiempo compartido



**¿Sabía que todos los vendedores de tiempos compartidos tienen la obligación de registrar ante Profeco sus contratos de adhesión en el que se especifican las condiciones de compra-venta, derechos y obligaciones por comprar tiempos compartidos?**

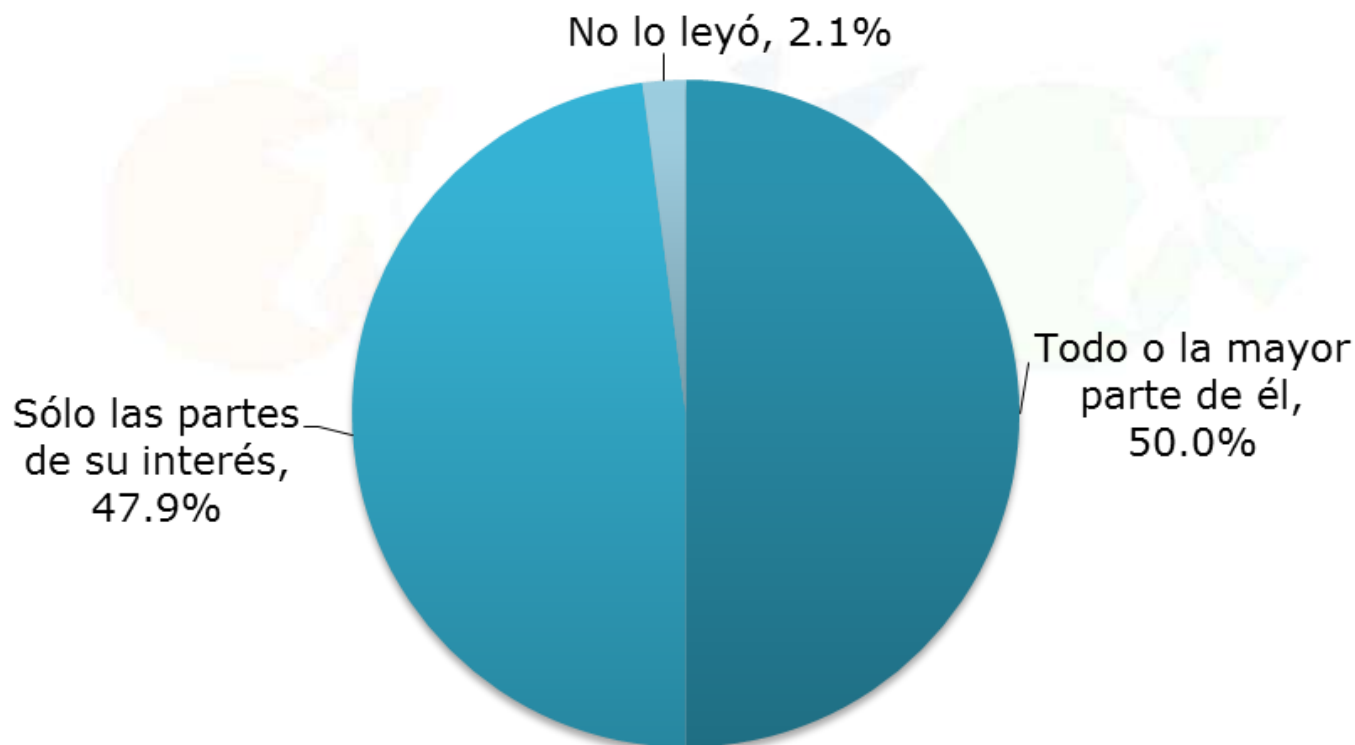


## ¿Firmó algún documento con el vendedor en el que se especificaran las condiciones de compra-venta del tiempo compartido que compró?



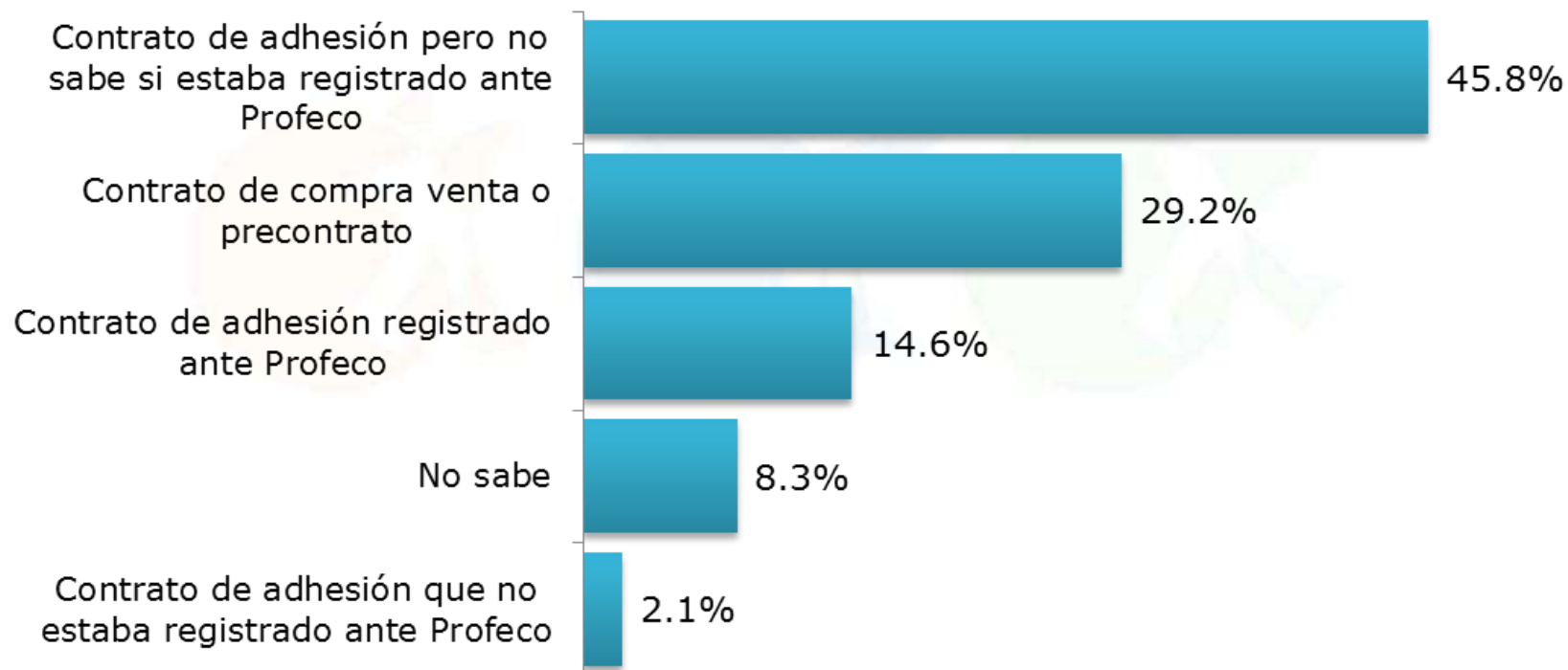
# ¿Este documento que firmó sobre las condiciones de compra venta de su TC usted leyó...?

Porcentaje de los que sí firmaron algún documento



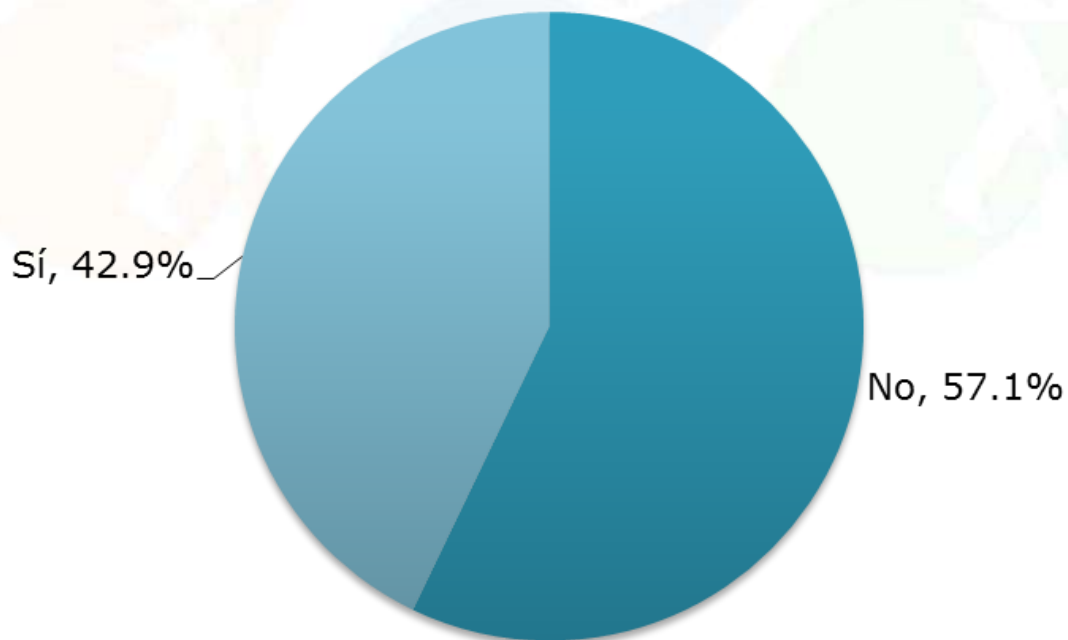
## ¿El documento que firmó era un...?

Porcentaje de los que sí firmaron algún documento



## Antes de firmar este contrato de adhesión ¿comprobó que estuviera registrado ante Profeco?

Porcentaje de los que sí firmaron algún documento y que mencionaron que era un contrato de adhesión registrado ante Profeco



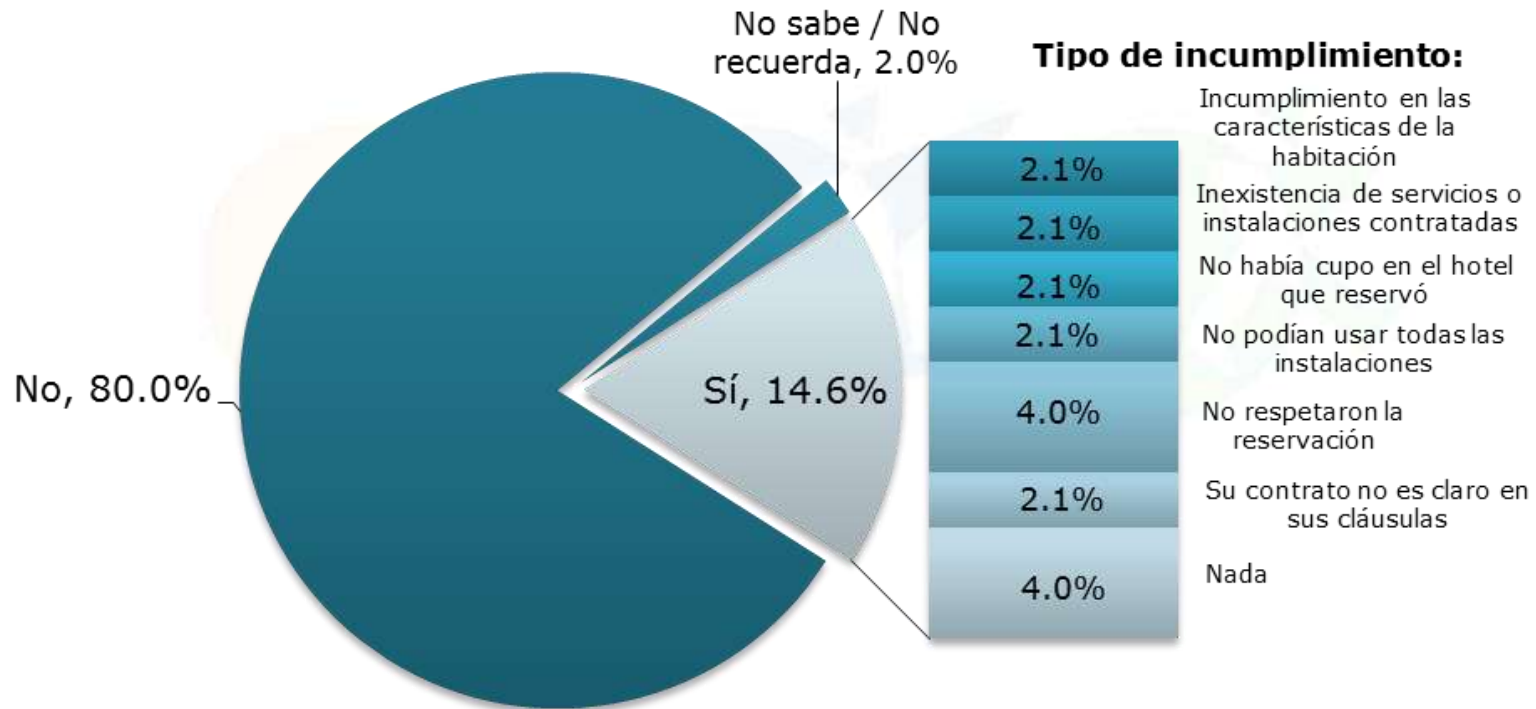


## Información contenida en el contrato de adhesión o documento que firmó

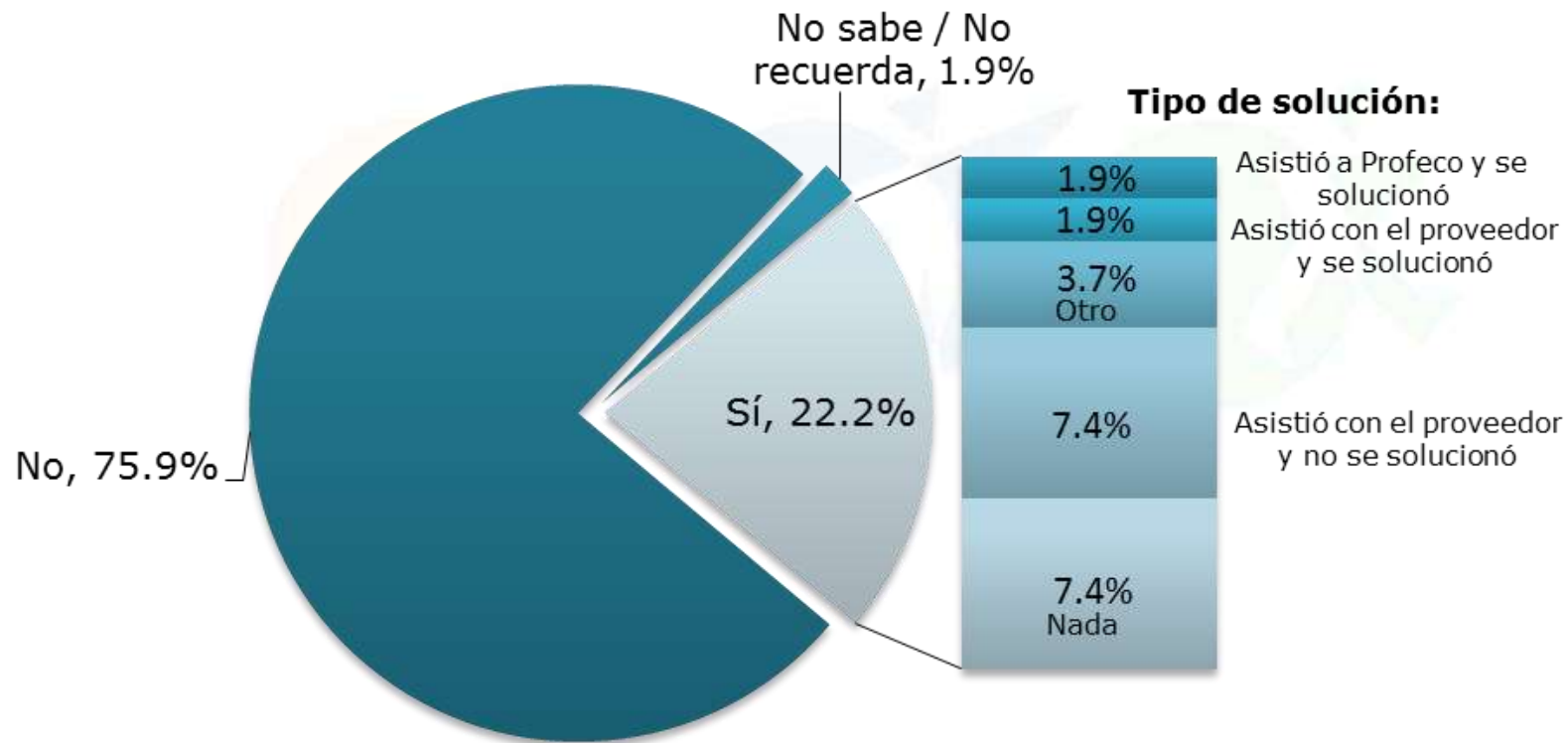
Tipo de información	Sí	No	No porque no lo incluía	No sabe/ No recuerda
Información general del proveedor del servicio (razón social, dirección física, RFC, etc.)	97.9%	2.1%		
Procedimiento para vender, transmitir o ceder sus derechos sobre el tiempo compartido	70.8%	8.3%	20.8%	
Cancelación del contrato	64.6%	16.7%	18.8%	
Sanciones en caso de cancelación o incumplimiento del contrato	77.1%	10.4%	12.5%	
Existencia de reglamento interno al que se sujeta la prestación del servicio	62.5%	18.8%	16.7%	2.1%
Seguro por daños y siniestros parciales o totales de los bienes muebles e inmuebles del tiempo compartido	47.9%	25.0%	25.0%	2.1%



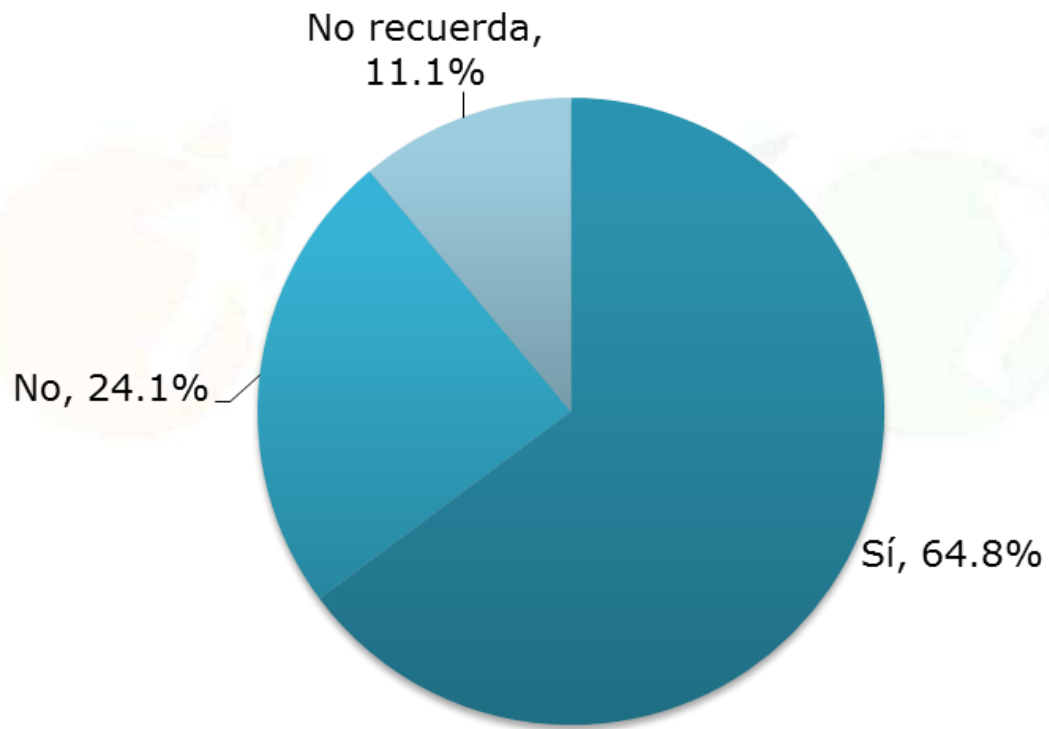
## ¿Usted detectó o ha detectado el incumplimiento de algunas cláusulas de su contrato o documento que firmó?



## ¿Detectó o ha detectado algún problema relacionado con la compra de su tiempo compartido no especificado en su contrato?



## ¿Le entregaron un reglamento o algún documento en el que se especificarán las reglas de operación del tiempo compartido?



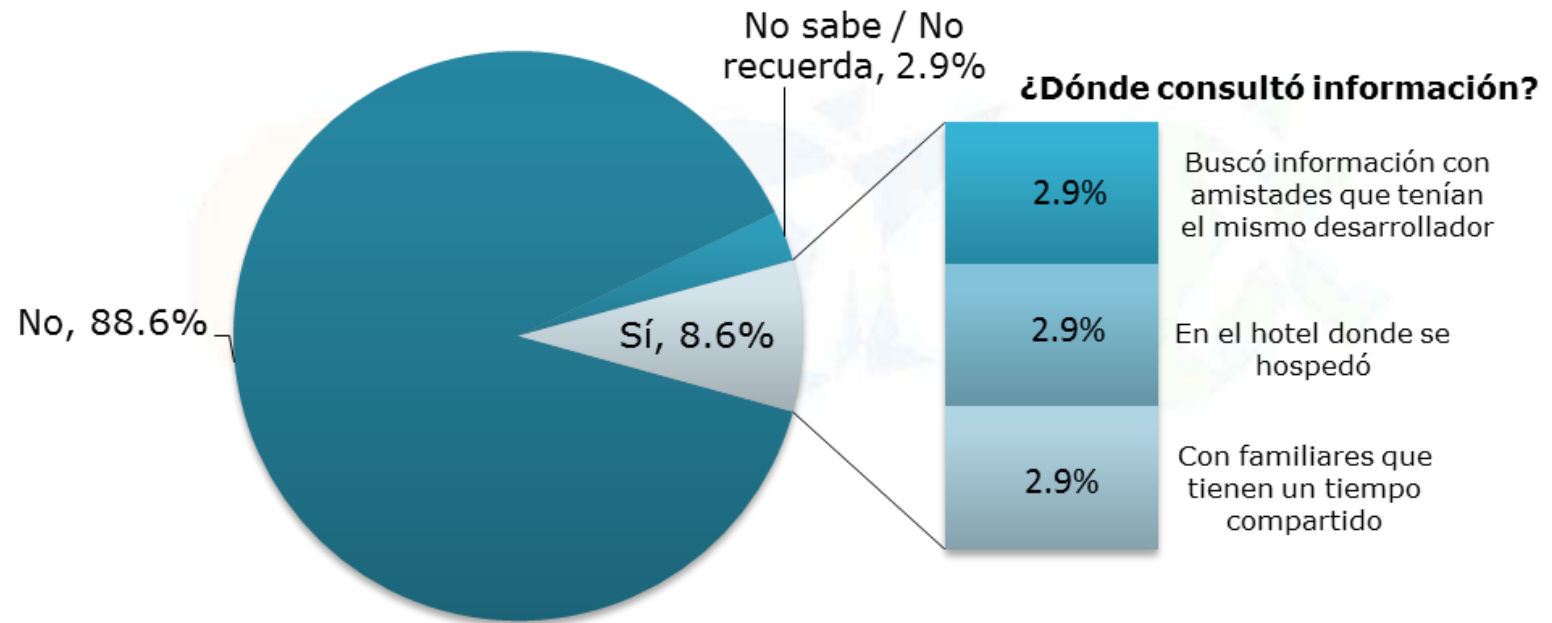
## Información que incluía el reglamento o documento

Porcentaje de los que sí se les entregó un reglamento o documento

Información	Sí	No sabe/ No recuerda	No	No porque no lo incluía
Funcionamiento de los sistemas de reservación y confirmación	85.7%	5.7%	5.7%	2.9%
Proveedor es el encargado de dar mantenimiento a las instalaciones	77.1%	17.1%	5.7%	
Condiciones y reglas para hacer uso de las áreas comunes	74.3%	17.1%	8.6%	
Sanciones por incumplimiento del reglamento	77.1%	14.3%	8.6%	
Descripción y reglas de los servicios adicionales	57.1%	28.6%	11.4%	2.9%
Descripción de la mecánica de participación para formar parte en la toma de decisiones	42.9%	40.0%	17.1%	



## Antes de comprar su tiempo compartido ¿buscó información sobre el comportamiento comercial, legal, etc., del vendedor ?



# Resultados

- 59.3% no sabía que todos los vendedores de tiempos compartidos tienen la obligación de registrar ante Profeco sus contratos de adhesión.
- 88.9% firmó algún documento con el vendedor, en el que se especifican las condiciones de compra-venta del tiempo compartido que adquirió.
- Del porcentaje de los que sí firmaron algún documento, 50.0% leyó todo o la mayor parte del documento que firmó.
- 45.8% dijo que el documento que firmó era un contrato de adhesión, pero no sabe si estaba registrado ante Profeco, 29.2% un contrato de compra venta o precontrato y 14.6% un contrato de adhesión registrado ante Profeco.
- De los que sí firmaron algún documento y de los que mencionaron que era un contrato de adhesión registrado ante Profeco, 57.1% dijo que no comprobó que estuviera registrado ante Profeco.
- Información contenida en el contrato de adhesión o documento que firmó:
  - Información general del proveedor del servicio (razón social, dirección física, RFC, etc.)(97.9%)
  - Procedimiento para vender, transmitir o ceder sus derechos sobre el tiempo compartido (70.8%)





# Resultados

- Cancelación del contrato (64.6%)
- Sanciones en caso de cancelación o incumplimiento del contrato (77.1%)
- Existencia de reglamento interno al que se sujeta la prestación del servicio (62.5%)
- Seguro por daños y siniestros parciales o totales de los bienes muebles e inmuebles del tiempo compartido (47.9%)
- 80.0% no detectó o ha detectado el incumplimiento de algunas cláusulas del contrato o documento que firmó. Sin embargo, 14.6% respondió que no le respetaron sus reservaciones o que el contrato no era claro en ninguna de sus cláusulas.
- Sólo 22.2% detectó o ha detectado algún problema relacionado con la compra de su tiempo compartido no especificado en su contrato.
- Del porcentaje que detectó algún problema relacionado con la compra de su tiempo compartido, 7.4% no hizo nada, 7.4% asistió con el proveedor y no se solucionó, 1.9% asistió con Profeco o con el proveedor (1.9%) y se solucionó.
- 64.8% mencionó que le fue entregado un reglamento o algún documento en el que se especifican las reglas de operación del tiempo compartido.





# Resultados

- Información que sí contenía el reglamento o documento que le entregaron:
  - Funcionamiento de los sistemas de reservación y confirmación (85.7%)
  - Proveedor es el encargado de dar mantenimiento a las instalaciones (77.1%)
  - Condiciones y reglas para hacer uso de las áreas comunes (74.3%)
  - Sanciones por incumplimiento del reglamento (77.1%)
  - Descripción y reglas de los servicios adicionales (57.1%)
  - Descripción de la mecánica de participación para formar parte en la toma de decisiones (42.9%)
- Antes de comprar su tiempo compartido, 88.6% no buscó información sobre el comportamiento comercial, legal, etc. del vendedor. De los que sí buscaron información (8.6%) lo hicieron principalmente con amistades que tenían el mismo desarrollador, en el hotel donde se hospedó o con familiares que tienen un tiempo compartido.

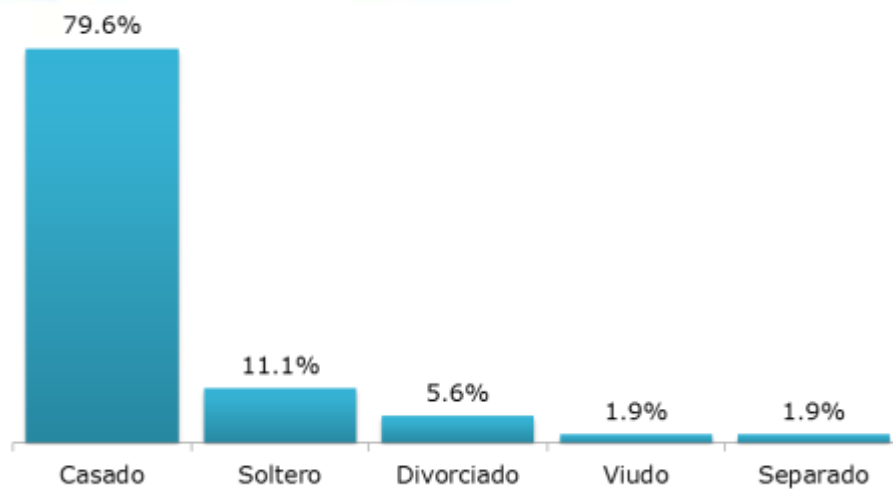


# Datos generales

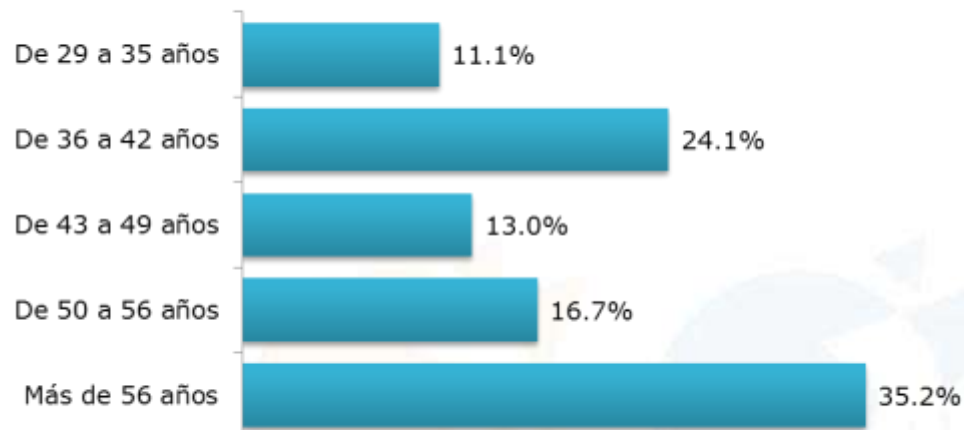
## Sexo



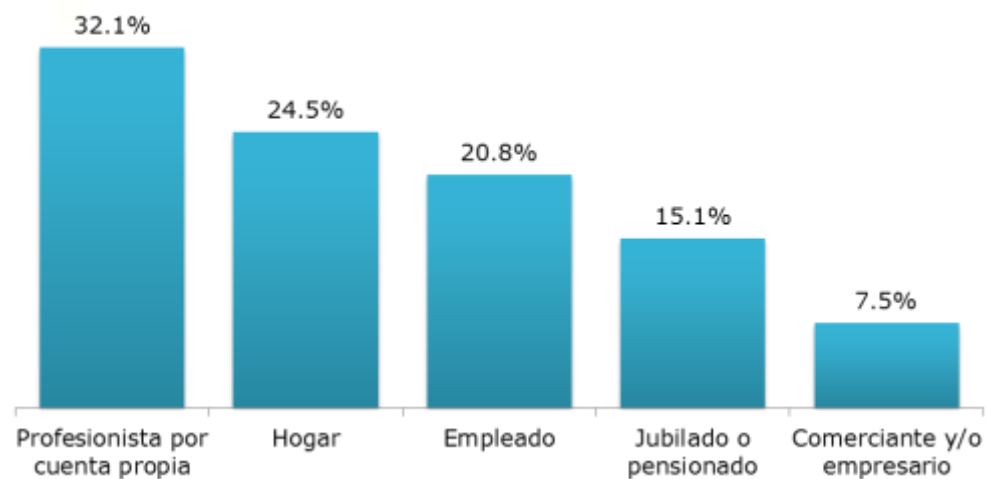
## Estado civil



## Edad



## Ocupación



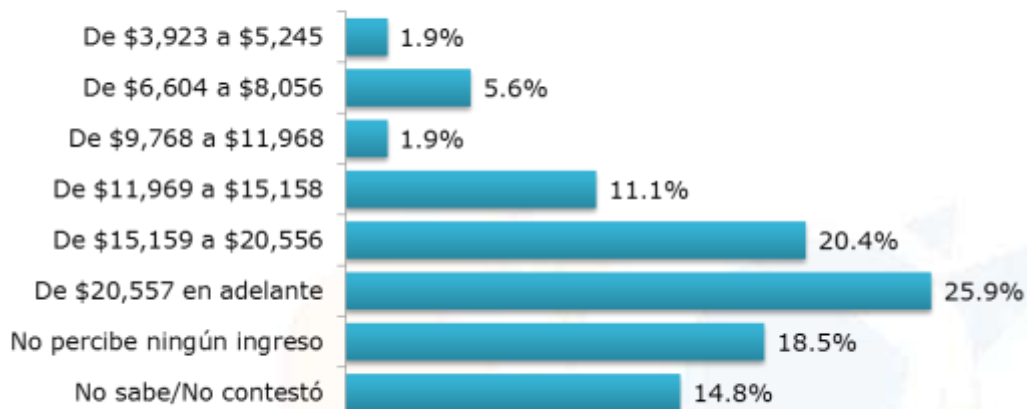
Vivir Mejor



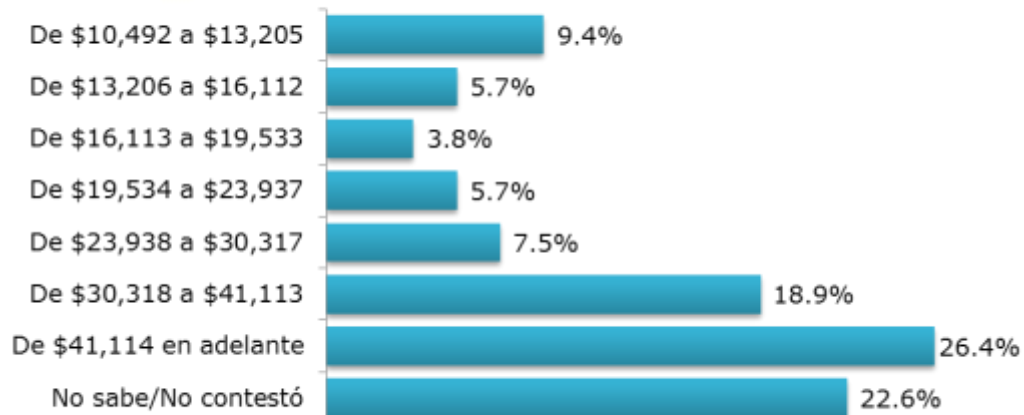
**Profeco**

Procuraduría Federal del Consumidor

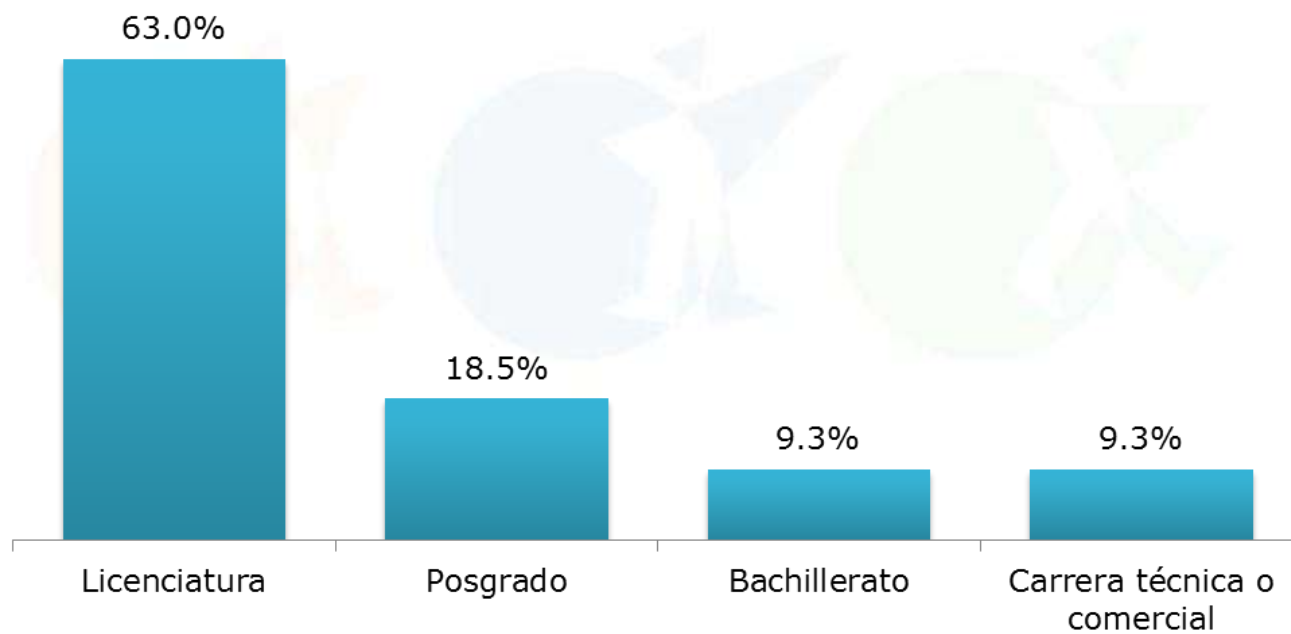
### Ingreso personal mensual



### Ingreso familiar mensual



## Nivel de estudios



Si deseas mayor información da clic en [questionarios y respuestas](#)

