



Universidad de Chile.  
Facultad de Arquitectura y Urbanismo.  
Departamento de Arquitectura.  
Escuela de Postgrado.

ACTIVIDAD FORMATIVA EQUIVALENTE A TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAGÍSTER EN DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS INMOBILIARIOS.

**TURISMO RESIDENCIAL DIRIGIDO AL SEGMENTO DE JUBILADOS EXTRANJEROS COMO ESTRATEGIA DE MARCA-CIUDAD. CASO: JUAN DOLIO, SAN PEDRO DE MACORÍS, REPÚBLICA DOMINICANA**

Santiago de Chile, Marzo 2019

Alumno: Doris González Cleto  
Profesor guía: Mirtha Pallarés Torres



# INDICE DE CONTENIDO

## 1

RESUMEN EJECUTIVO	7
1.1. 1 CONTEXTO DEL TURISMO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA	8
1.1.2 TURISMO Y BIENES RAÍCES EN LA REPÚBLICA DOMINICANA	10
1.1.3 DESARROLLO TURÍSTICO E INMOBILIARIO EN JUAN DOLIO- GUAYACANES	15
1.1.4 MIGRACIÓN DE JUBILADOS	18
1.1.5. LA MARCA – CIUDAD (CITY-BRANDING) COMO MEDIO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA	21
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	25
1.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	25
1.4. HIPOTESIS	25
1.5. OBJETIVOS	25
1.5.1 OBJETIVO GENERAL	25
1.5.2 OBJETIVOS PARTICULARES	26
1.6. METODOLOGÍA	27
1.7 ESTADO DEL ARTE	28
1.7.1 EXPERIENCIAS INTERNACIONALES	28
1.7.1.1 COSTA RICA. CASO: ESCAZÚ (VALLE CENTRAL)	30
1.7.1.2 MÉXICO. CASO: LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA	38
1.7.1.3 PANAMÁ. CASO: BOQUETE, CHIRIQUÍ	40
1.7.2.1 REPÚBLICA DOMINICANA. CASO: LAS TERRENAS, SAMANÁ	41
1.3 FODA	46

## 2

### LEGISLACIÓN INMOBILIARIA DOMINICANA

2.1 LEGISLACIÓN INMOBILIARIA DOMINICANA	50
2.2 TRIBUTACIÓN INMOBILIARIA	53
2.2.1 IMPUESTO POR TRANSFERENCIA	53
2.2.2 IMPUESTO POR REGISTRO DE OTRAS OPERACIONES INMOBILIARIAS	54
2.2.3 IMPUESTO AL PATRIMONIO INMOBILIARIO (IPI)	54
2.2.4 IMPUESTO SOBRE ACTIVOS	55
2.3 LEY NO. 16-95 SOBRE INVERSIÓN EXTRANJERA	57
2.4 ADQUISICIÓN DE PROPIEDAD INMOBILIARIA POR EXTRANJEROS	58

2.5 BENEFICIOS DE LA LEY 158-01 DE INCENTIVO TURÍSTICO	59
2.6 LEY 171-07 SOBRE INCENTIVOS ESPECIALES A LOS PENSIONADOS	63
2.7 CONCLUSIONES	64
.....	
3.1 ANÁLISIS DEMOGRÁFICO DEL SEGMENTO BABYBOOMERS EN LOS ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ.	66
3.2 MOTIVOS Y NECESIDADES QUE CAUSAN LA EMIGRACIÓN DE LAS PERSONAS JUBILADAS.	69
3.3 ANÁLISIS PLAN DE JUBILACIÓN ESTADOUNIDENSE	74
3.4 DEFINICIÓN DE PERFIL DEL SEGMENTO DE BABY BOOMERS.	76
3.5 PREFERENCIAS EN LOS PRODUCTOS INMOBILIARIOS PARA JUBILADOS	81
3.6 ANÁLISIS DEL MERCADO EN LATINOAMÉRICA	85
3.6.1 PANAMÁ. CASO: BOQUETE, CHIRIQUÍ,	86
3.6.2 MÉXICO. CASO: LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA	88
3.6.3 COSTA RICA. CASO: ESCAZÚ (VALLE CENTRAL)	90
3.7 CONCLUSIONES	92
.....	
4.1 LOCALIZACIÓN Y UBICACIÓN	96
4.2 INTRODUCCIÓN HISTÓRICA DE JUAN DOLIO	98
4.2.1 ORIGEN DEL NOMBRE JUAN DOLIO	98
4.2.2 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE JUAN DOLIO	99
4.3 JUAN DOLIO COMO LOCALIDAD POTENCIAL PARA JUBILADOS EN EDAD DE RETIRO	101
4.4 ACCESOS	102
4.4.1 ACCESO TERRESTRE	102
4.4.2 ACCESO AÉREO	102
4.5 ANÁLISIS POBLACIONAL . GUAYACANES-JUAN DOLIO	104
4.5.1 DEMOGRAFÍA	104
4.5.2 VIVIENDA	106
4.5.3 ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO	107
4.6 NORMATIVA	107
4.7 OFERTA EN JUAN DOLIO	108

# 3

LEGISLACIÓN  
INMOBILIARIA DOMINICANA

# 4

JUAN DOLIO



# 5

MARCA-CIUDAD

<b>4.8 VALOR DEL SUELO JUAN DOLIO</b>	<b>114</b>
<b>4.9 SISTEMA DE SALUD EN LA REPÚBLICA DOMINICANA</b>	<b>116</b>
<b>4.10 EQUIPAMIENTOS</b>	<b>120</b>
4.10.1 CENTROS DE SALUD Y FARMACIAS	120
4.10.2 EQUIPAMIENTO RECREATIVO / SUPERMERCADOS	121
<b>4.11 VIALIDAD Y TRANSPORTE</b>	<b>125</b>
<b>4.12 SERVICIOS BÁSICOS</b>	<b>126</b>
4.12.1 ELECTRICIDAD	126
4.12.2 AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO	127
<b>4.13 RENTABILIDAD ECONÓMICA APARENTE</b>	<b>130</b>
<b>4.14 FODA</b>	<b>132</b>
.....	
<b>5.1. MARCA CIUDAD</b>	<b>141</b>
<b>5.2 ANÁLISIS PESTLE -SITUACIÓN MARCA-PAÍS</b>	<b>142</b>
<b>5.3 ANÁLISIS PORTE - ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</b>	<b>144</b>
5.3.1 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES.	146
5.3.2 AMENAZA DE NUEVOS LOS COMPETIDORES	150
5.3.3 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LA COMPETENCIA	151
5.3.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	150
5.2.5 AMENAZA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTIVOS	150
<b>5.4 PLAN PUBLICITARIO</b>	<b>152</b>
5.4.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE MARKETING	152
5.4.2 OBJETIVOS DE MERCADO	152
5.4.3 DEFINICIÓN DE MACROESTRATEGIAS	154
<b>5.5 CONSTRUCCIÓN DE IMAGEN ICONOGRÁFICA</b>	<b>163</b>
<b>5.6 LINEAMIENTOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS</b>	<b>165</b>
<b>5.7 ESQUEMA DE ACCIONES</b>	<b>167</b>
<b>5.8 CONCLUSIONES FINALES</b>	<b>168</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>173</b>



## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal analizar la viabilidad de implementación del turismo residencial como estrategia de marca-ciudad para jubilados extranjeros en Juan Dolio, localidad situada en la provincia de San Pedro de Macorís perteneciente a República Dominicana, para así determinar fortalezas y debilidades del país para atracción de dicho segmento, en particular la ciudad del estudio.

El crecimiento del turismo ha sido uno de los grandes éxitos de la política económica dominicana desde la década de los ochenta. Actualmente, el turismo nacional experimenta un acelerado crecimiento y paralelamente a esto se encuentra el alto nivel de la tasa de envejecientes en la población mundial, provocando que la creación del concepto marca-ciudad en localidades específicas con potenciales de desarrollo turísticos inmobiliario, posibilite la atracción de un nuevo nicho no abarcado a nivel nacional y con tendencia al crecimiento, los jubilados. Dado que el segmento de análisis es extranjero, se estudiaron todas las leyes que afecten a

la venta del bien y raíz, evaluando sus antecedentes e impactos.

Para determinar las distintas características del perfil al cual se orientó la propuesta se realizó una recopilación de antecedentes de éxitos a nivel internacional, como es el caso Panamá, México y Costa Rica, países que desarrollan el turismo residencial en forma eficiente, luego se requirió conocer como se comporta el mercado y sus preferencias en materia turística inmobiliaria. Esto y el estudio de la localidad sirvieron como herramienta para conocer el potencial de las ofertas inmobiliarias actuales y potencializar las futuras.

En función de los parámetros descritos, se determinaron las estrategias para el desarrollo de una marca-país que identifique las condiciones ideales para la instalación del segmento a nivel legal, lo cual posteriormente fue reforzado con el establecimiento de las directrices para la creación de la marca-ciudad, Juan Dolio, cuyo fundamento principal fue el desarrollo inmobiliario destinado al segmento evaluado y la propuesta de los ajustes necesarios a nivel local y nacional.

## 1.1 ANTECEDENTES

### 1.1. 1 CONTEXTO DEL TURISMO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

La industria turística en la República Dominicana ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos veinte años, convirtiéndose en uno de los principales pilares de la economía nacional y contribuyendo a la internacionalización del país a través de una fuerte campaña de promoción.

El inicio del desarrollo del turismo en la República Dominicana ocurrió en la década de los setenta, producto del fuerte apoyo gubernamental logrados a través de una serie de leyes de incentivos fiscales a la inversión turística y mediante la promoción y financiamiento de proyectos con recursos del Banco Mundial, en donde se impulsó en primera instancia el desarrollo de la costa norte del país (Puerto Plata), puntualmente los complejos turísticos de Playa Dorada y Playa Grande. En la misma década, el gobierno dominicano inició la declaración de zonas o polos turísticos basados en el potencial de sus atractivos naturales costeros, litorales y montañosos, creando en el 1975 la Secretaria de Turismo (SECTUR).

El primer polo en desarrollarse fue Costa Caribe, creado mediante el decreto N°3133 en el 1973, comprende el territorio formado por Santo Domingo, La Caleta, Boca Chica, Juan Dolio, San Pedro de Macorís hasta el Río Higuamo y La Romana. En total se declararon ocho polos turísticos en el país que comprendieron distintas regiones del país.

La mayor deficiencia que ha afrontado el turismo nacional desde sus inicios ha sido la falta de planificación territorial en los polos turísticos, hecho que hasta el día de hoy sigue siendo una problemática crucial para el desarrollo del turismo, lo cual, para aquel entonces, cuando se inició dicha industria, las carencias eran aún mayores, en términos generales, las inversiones de infraestructura básica como acueductos, plantas de tratamientos de aguas y tratamiento de desechos sólidos han resultado insuficientes en las localidades turísticas del país, mientras que por otra parte las infraestructuras de conectividad como son los puertos, aeropuertos, autopistas y carreteras han alcanzado importantes niveles de desarrollo. Debido a la falta de infraestructura, los primeros hote-

les y resorts localizados en Puerto Plata, que al comienzo de sus operaciones no ofrecían paquetes turísticos de “todo incluido”, se vieron obligados a incluirlo debido a las carencias fuera del recinto hotelero, realizándose en consecuencia desde entonces un desarrollo sin ningún aporte a la comunidad local.

En las décadas de los noventa se produjo un desarrollo acelerado de inversión en infraestructura turística (hoteles y resorts) en la zona de Punta Cana-Bávaro, por lo que se inició un proceso de declive de hasta ese momento el polo turístico de mayor importancia a nivel nación, Puerto Plata. La zona de Punta Cana-Bávaro se convirtió en el foco de atención de los inversionistas, en donde vislumbraban un retorno más rápido de su inversión. Por otro lado, de manera simultánea se inició el desarrollo de los primeros proyectos inmobiliarios turísticos en la parte este del país, donde figura el proyecto “Casa de Campo” en La Romana, y Punta Cana, ambos con la integración de aeropuertos internacionales privados en su proyección.

Entre mediados de los noventa y comienzos del siglo XXI, empe-

zó el desarrollo de dos nuevos destinos. El primero fue Bayahibe, próximo a La Romana y el segundo Samaná que empezó con hoteles de inversionistas independientes, en su gran mayoría franceses e italianos, más enfocado al proyecto de turismo inmobiliario. Por lo que desde la década de los setenta donde se formalizó el inicio del turismo a la actualidad, el país ha desarrollado la industria del turismo de manera exponencial mediante un ambiente legal favorable para las inversiones.

A pesar de que, en la primera década de desarrollo turístico, los principales inversores fueron principalmente nacionales, en la actualidad, la República Dominicana es el mayor receptor de inversión extranjera directa en la industria del turismo del caribe, según el informe anual correspondiente al 2018 de la CEPAL<sup>1</sup>. Además de ser el segundo mercado de turismo en América Latina en ingresos detrás de México en el 2016 según la publicación del mismo año de la revista digital Latinvex.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

<sup>2</sup> Consultora internacional enfocada en el análisis del ambiente de negocios en Latinoamérica.

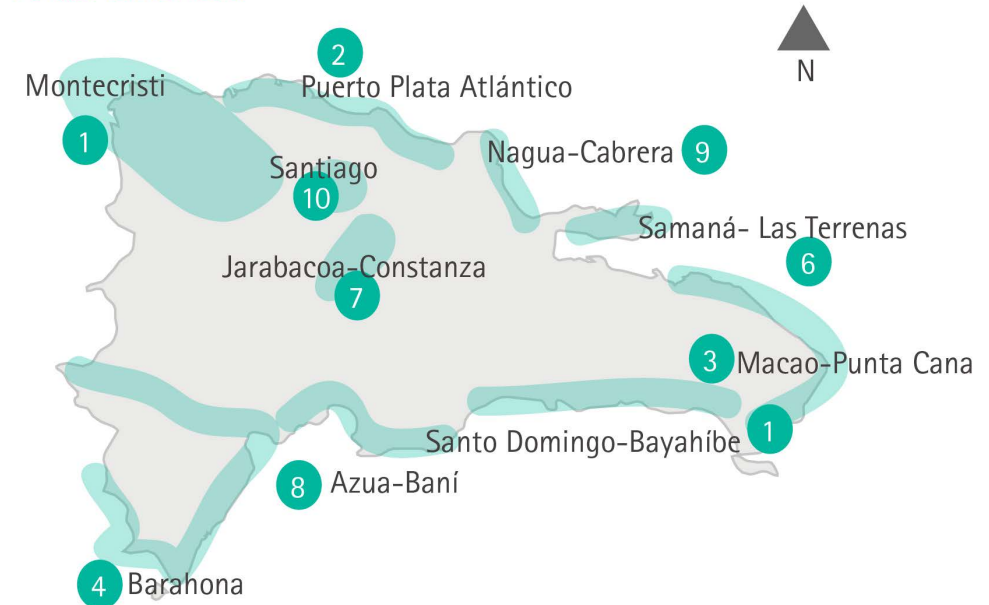
### 1.1.2 TURISMO Y BIENES RAÍCES EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

Dado que la República Dominicana se ha posicionado como uno de los principales destinos turísticos de América y el principal del caribe en un corto tiempo, el rol desarrollado por los distintos gobiernos y la inversión extranjera directa ha sido clave en este proceso. Por una parte, el país ha mantenido una política activa de incentivo al turismo y al capital extranjero, complementado con fuertes inversiones en infraestructura, principalmente en materia de conectividad, donde se destacan los distintos aeropuertos existentes en la isla.

La legislación dominicana otorga diversas facilidades para la construcción de hoteles, restaurantes, acuarios, parque de diversiones y campos de golf (ley N° 158 de 2001), así como para la actividad inmobiliaria (ley N° 184 de 2005), y el fomento del turismo en zonas de escaso desarrollo (ley N° 198 de 2002). Además, promueve la llegada de pensionados y rentistas interesados en fijar su residencia en el país o simplemente la compra de una segunda

vivienda, con exenciones de hasta un 100% en el pago de impuesto (ley N° 171 de 2007).

#### POLOS TURÍSTICOS



**Figura 1. Polos turísticos en la república Dominicana.**

**Fuente:** Elaboración propia.



Si bien por muchos años el turismo dominicano se basó en el modelo de resort, "todo incluido", desde hace aproximadamente dos décadas se ha iniciado el desarrollo del sector inmobiliario turístico en el país, impulsado por el proceso de diversificación de la oferta, con la finalidad de satisfacer otras demandas del mercado que se encuentran fuera de los límites del modelo hotelero tradicional, en donde el viajero habitual comienza a desarrollar un tipo de apego al destino de visita y a considerar la posibilidad de invertir a largo plazo. Con esta iniciativa, se pretende salir del modelo de turismo de bajo costo de hoteles todo incluido y permitir a los promotores recuperar la inversión en un periodo de tiempo menor con la venta de las unidades, que dependerá de la operación hotelera.

A pesar del país cuenta con diversos atractivos naturales, entre ellos localidades que fomentan el ecoturismo y deportes extremos como es el caso de los polos turísticos de las ciudades de Jarabacoa y Constanza, sus principales atracciones continúan siendo sus playas, desarrollándose los principales proyectos inmobiliarios residenciales del país en torno a las costas, entre los principales proyectos de desarrollo inmobiliario turístico residencial están; Metro

Country Club emplazado en Juan Dolio, Guavaberry Golf & Country en San Pedro de Macorís, Casa de Campo, en la Romana, Cap Cana ubicado en Punta Cana, Playa Grande (María Trinidad Sánchez), y Puerto Bahía, y las Terrenas Country Club (Samaná), todos ellos apuntando al mercado del segmento de lujo.



**Figura 2. Casa de Campo, La Romana..**

**Fuente:** <https://www.traveltradecaribbean.es/golf-profesional-dr-open-2014-en-casa-de-campo/>

El proyecto pionero de turismo inmobiliario desarrollado en el país fue Casa de Campo, ubicado en la Romana al este del país, realizado en los años 70, con solo cincuenta habitaciones de hotel, veintidós villas de golf y cuatro viviendas familiares. Lo que motivó su origen estuvo basado en el objetivo de invertir las ganancias que la ley de Inversión Extranjera vigente entonces impedía repatriar de la empresa estadounidense Gulf and Western Industries, la cual había abandonado el negocio azucarero. En la actualidad el proyecto cuenta con doscientas habitaciones, diez restaurantes, bares de diferentes variedades, tres campos de golf y más de mil trescientas residencias, de las cuales alrededor de un 60% pertenece a nacionales dominicanos, un 17% a ciudadanos norteamericanos y el porcentaje restante a residentes de numerosos países europeos, latinoamericanos y de otras latitudes, convirtiéndose en un centro turístico internacional.

Posteriormente, la empresa Grupo Metro en 1992 decidió desarrollar el proyecto turístico-inmobiliario Metro Country Club en Juan Dolio, finalizado en el 1994. La estrategia del proyecto con-

sistió en desarrollar el tema del golf y la venta de tanto lotes resi-



**Figura 3. Metro Country Club, Juan Dolio.**

**Fuente:** <https://juandoliorealestate.com/listings/metro-golf-villa-1018/>



denciales como residencias turísticas.

Con la creciente demanda y el impresionante éxito de Metro Country Club, en la misma década se inició la construcción de Guavaberry Country Club en la misma localidad, otro gran proyecto de villas, casas de veraneo con acceso limitado, golf y demás amenidades.

Años más tarde, se empezó el desarrollo del proyecto más emblemático del país en materia de turismo inmobiliario, Cap Cana, con cercanía directa al aeropuerto de Punta Cana. A través de los años, se ha posicionado como el emprendimiento turístico-inmobiliario más importante de todo el Caribe, abarcando la construcción de cinco mil residencias de descanso, siete hoteles de lujo, cinco campos de golf-tres de ellos diseñados por Jack Nicklaus, el primero de ellos inaugurado en noviembre de 2006 y una marina para mil embarcaciones y áreas comerciales y de entretenimiento.

Para la materialización del proyecto se firmaron una serie de acuerdos con distintas empresas internacionales, lanzándose distintos productos inmobiliarios que se materializarían en un periodo

de quince años aproximadamente, destacándose ente ellos, en el 2007, la inversión del actual presidente de los Estados Unidos, Donald Trump para la construcción de un complejo inmobiliario el cual incluía un hotel de lujo, campo de golf y residencias de descanso, nombrándose el proyecto como "Trump at Cap", traducándose al español como "Trump en Cap", la primera etapa de la iniciativa consistió en la venta de lotes del Farallón Trump at Cap Can, vendiéndose en las primeras cuatro horas el 95% de los terrenos. Además de la concretización de otros proyectos inmobiliarios independientes, entre los que se destacan Green Village y Cap Cana Luxury Retreats, con departamentos frente a la marina.

No obstante, durante la crisis financiera e inmobiliaria de los Estados Unidos, a finales de 2008, con la quiebra de Lehman brothers impidió a Cap Cana recibir un préstamo de 250 millones de dólares, impidiendo el pago de un préstamo puente otorgado por el Deutsche Bank y Morgan Stanley (cien millones de dólares) y hubo dificultades para saldar la cuota de la emisión de bonos de 250 millones de dólares que vencían en el 2013 (hasta entonces la emisión de deuda corporativa más grande en la historia de la

República Dominicana), si bien antes de la eminente crisis los responsables del megaproyecto lograron acuerdos con los acreedores.

Entre los proyectos más reciente que se sumarían a la lista de proyectos turístico-inmobiliario de gran escala a nivel nacional, figura; Puntarena, ubicado en la playa de Los Corbanitos, en Baní, provincia Peravia, al suroeste de la isla. Tuvo su apertura formal a inicios del 2018, abarcará 15.5 millones de metros cuadrados, ofreciendo inicialmente su club de playa seguido por hoteles, condo-hoteles <sup>3</sup>de hasta seiscientos unidades, ciento setenta y dos lotes residenciales, una reserva ecológica, entre otras áreas recreacionales. Dicho proyecto fue conceptualizado bajo los lineamientos del turismo sostenible.

En cuanto a términos de planificación, se podría decir que el desarrollo turístico dominicano se ha caracterizado por seguir un concepto de densidad baja y altura en las edificaciones. El cambio

<sup>3</sup> Se trata de un concepto que combina características de propiedad horizontal con instalaciones y servicios hoteleros. Santaella, 2009.

de este modelo solo es apreciable en dos casos particulares en Juan Dolio, cuando a mediados de los 2000 este modelo sufrió un cambio producto de una modificación en la normativa que aumentó la altura de la edificaciones hasta veinte pisos, como medida de estímulo a la inversión privada y otro caso más reciente, en donde en el último trimestre del 2017 se realizó un cambio en el Plan Sectorial de Ordenamiento Territorial Turístico Punta Cana, Bávaro-Macao, en donde se permitió la construcción de edifica-



Figura 4. Proyecto Puntarena, Baní

Fuente: <http://www.puntarena.com.do/desarrollo>

ciones turísticas de hasta veintidós pisos en Macao.

El modelo de baja densidad altura ha sido exitoso, el cambio de este patrón podría originar graves consecuencias sino se realiza la compensación en obras de infraestructuras en las localidades requeridas.

### 1.1.3 DESARROLLO TURÍSTICO E INMOBILIARIO EN JUAN DOLIO- GUAYACANES

Juan Dolio, es una comunidad costera del municipio de 2,488 habitantes (censo, 2007) perteneciente a la ciudad de Guayacanes de 37,889 habitantes (según censo 2012) de la provincia San Pedro de Macorís y unos de los principales polos turísticos de la región Este de la República Dominicana, localizándose puntualmente entre la ciudad de Santo Domingo y la capital provincial de San Pedro de Macorís.

Antiguamente, Juan Dolio era un pequeño pueblo pesquero que en épocas de las décadas de los setentas constituía fundamentalmente una zona de recreo para las familias de clase media alta, de la ciudad de San Pedro de Macorís, en donde construyeron múlti-



**Figura 5. Ubicación de Juan Dolio.**

**Fuente:** Elaboración Propia.

ples viviendas veraniegas.

Pese a la promulgación de la antigua Ley de Incentivo Turístico No. 153 (1971) y a la declaratoria de la zona turística "Costa Caribe" en el 1973, como "demarcación prioritaria para el desarrollo turístico", el cual incluía a la localidad de Juan Dolio, es realmente a mediados de la década de los ochentas cuando se inició el desarrollo de esta zona turística, ignorándose el estado precario en obras de infraestructura de aquella época, se convirtió en unos de las localidades pioneras de la industria hotelera de la República Dominicana.

En los siguientes años, la economía turística de Juan Dolio se expandió con la llegada de nuevas cadenas hoteleras, en su mayoría de origen español, surgieron en menor escala algunos desarrollos inmobiliarios turísticos, campos de golf, apertura de tiendas y restaurantes que satisficieron las necesidades de los turistas y una creciente población compuesta por obreros, jubilados, residentes de Santo Domingo que solían pasar los fines de semanas y los turistas snowbirds.

En el 1998 con el azotamiento del Huracán George, Juan Dolio sufrió importantes daños económicos, esto se tradujo en el cierre de gran parte de los hoteles establecidos en la zona y la movilización de muchos hacia la región de Bávaro- Punta Cana en donde se preveía un alto nivel de desarrollo a futuro.

Para el 2007, el gobierno en conjunto con el sector privado, inauguraron los trabajos de regeneración de la playa de Juan Dolio con la finalidad de impulsar el turismo y el desarrollo inmobiliario en la zona. En dicho momento se realizó un cambio en el modelo de desarrollo turístico tradicional dominicano de edificaciones de baja altura (no superior a seis pisos) a edificaciones de hasta veinte pisos como un incentivo para la inversión inmobiliaria privada. Dicho acto ocasionó la atracción de potenciales desarrolladores inmobiliarios y del sector turístico, de esta forma se encaminaba a transformarse en la nueva meca del turismo inmobiliario.

No obstante, para aquel entonces, se avecinaba la crisis inmo-



liaria subprime<sup>4</sup> originándose en la potencia mundial de los Estados Unidos, el mayor socio intercomercial de la República Dominicana, una crisis económica que se expandió a nivel mundial, en menor medida afectó a los países latinoamericanos, pero que sí tuvo en consecuencia un periodo de recesión importante provocado por la incertidumbre. En la República Dominicana ya desde finales del 2007, el ambiente ejercido por la burbuja inmobiliaria afectó directamente el desarrollo inmobiliario, sobre todo lo perteneciente al turismo. Gran parte de los proyectos planteados nunca llegaron a materializarse, otras obras congelaron como el caso del proyecto Las Olas by Metro que quedó oficialmente terminado para el 2016.

En la actualidad Juan Dolio atraviesa por un resurgimiento del sector inmobiliario, diversos promotores han apostado por este atractivo destino, impulsando interesantes propuestas residenciales y hoteleras, algunos productos del rediseño y reestructuración de hoteles antiguos, los cuales integran la modalidad de premium condo–hotel, apuntando a un segmento más elevado para la zona.

<sup>4</sup>. Se refiere a un tipo de créditos llamados “Créditos subprime, caracteriza por tener un nivel de riesgo de impago superior a la media.

Las nuevas propuestas, algunas ya en proceso de construcción



**Figura 6. Terrazas de Juan Dolio.** Nuevo proyecto inmobiliario en desarrollo.

**Fuente:** <http://diariosocialrd.com/terrazas-juan-dolio-proyecto-residencial-frente-al-mar-al-estilo-brickell/>

#### 1.1.4 MIGRACIÓN DE JUBILADOS

contribuirán a posicionar a la Zona de Juan Dolio como destino turístico residencial en la República Dominicana, cambiando el tradicional modelo de todo incluido al de turismo inmobiliario.

Con el paso del tiempo, a consecuencia del proceso de la globalización, han aumentado las cifras de las relaciones de movilidad entre las personas sobre el territorio, relaciones que cada vez se vuelven más frecuentes y complejas. El proceso de movilidad siempre ha sido parte de la humanidad, es parte de su naturaleza, inicialmente, dicha relación fue tan simple como desplazarse por motivos de supervivencia, en busca de alimento o escapando de las condiciones climáticas del entorno. En la actualidad el concepto de movilidad espacial tiene relaciones más complejas, abriendo la posibilidad de ser clasificadas por la causa que ocasionan el desplazamiento, temporalidad u origen, clasificaciones que dan lugar a los conceptos como la migración y el turismo, unas de las manifestaciones más relevantes de la globalización. Se entiende por emigración, los desplazamientos de personas que tienen como intención un cambio de residencia desde un lugar de origen a otro

destino, atravesando algún límite geográfico que generalmente es una división político-administrativa (Ruiz García, 2002)

Por otro lado, Según la comisión de Estadística de las Nacionales Unidas, el turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios u otros motivos, (Mochón, 2004). Las relaciones de ambos conceptos han sido durante varios años evaluadas de forma polémica, tornándose aún más complejo cuando se aborda el concepto de turismo residencial, donde se apunta a la permanencia del turista en el territorio y da lugar al debate si se debe de tipificar como turismo residencial o como residentes permanentes (migración), no obstante, evitando analizar profundamente la relación entre los conceptos, de manera indiscutible se puede argumentar, que todos constituyen procesos de transformación social, territorial y económico del territorio receptor.

Además de las distintas movilizaciones producidas por la globa-

lización, existe otro rasgo de gran relevancia de la sociedad moderna, el envejecimiento demográfico, a consecuencia del aumento de la esperanza de vida, producto de los avances en el área de salud y del descenso de la natalidad, ocasionando en su defecto el crecimiento del porcentaje de consumo de este grupo etario en todos los renglones económicos, entre ellos, el turismo y bienes raíces y donde actualmente gran parte de este grupo se encuentra liberado o en proceso de la carga laboral, en etapa de jubilación.

Por otro lado, es una tendencia sostenida, según datos de la revisión del informe de Perspectivas de la Población Mundial del 2017, entre 2015 y 2050, la proporción de la población mundial con más de 60 años pasará de 900 millones hasta 2000 millones, representando un aumento del 12% al 22%.

Para el 2050, esta condición demográfica se expandirá por todas partes del mundo a excepción de África, Europa concentró la tasa más alta de envejecientes con un 25% y para fines de proyecciones se estima un alza de 3% de forma anual en la población, el sector de la población que crece más rápidamente.

Retornando al concepto de turismo residencial, de acuerdo con lo planteado por Salva Tomas (2009) el turismo ha actuado como elemento de promoción y conocimiento de diversas regiones que han sido elegidas como lugar de residencia temporal o permanente para un gran número de residentes extranjeros, sobre todo personas retiradas o prejubiladas procedentes de distintos países que plantean la duda si definirlos como migrantes o turistas de larga estancia. La experiencia previa como turista y la adquisición de una vivienda largamente deseada desde esta etapa de turista lo convierte en residente (Rodríguez, 2004). Por lo que según los autores un rasgo intrínseco para que se produzca la migración de jubilados extranjeros en un territorio determinado es la previa experiencia como turista, por lo que evidentemente zonas con tasas altas de turismo son focos captadores de dicho segmento.

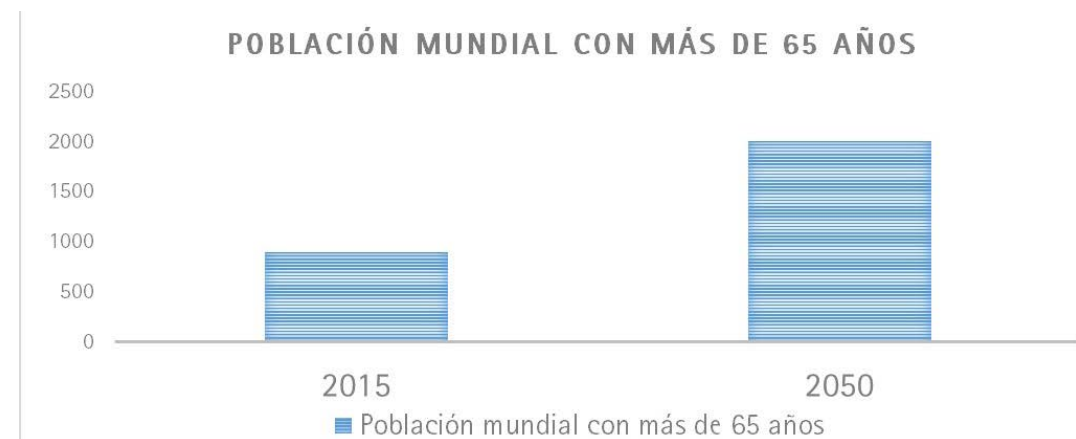
Desde hace varias décadas es común describir el fenómeno conocido como snowbirds, concepto para referirse a personas de tercera edad que hacen migraciones estacionales en busca del verano. Referido a Europa, cada vez más es común las movilizaciones hacia

las costas mediterráneas para pasar los inviernos. Es posible afirmar que en países mediterráneos como España en torno al 80 % de los residentes extranjeros proceden del Norte de Europa, siendo España el país europeo con mayor número de retirados europeos residiendo en sus costas, sobre todo en la costa mediterránea y en las islas. Dentro de Europa, además del señalado caso de España, Portugal, Grecia e Italia acaparan la mayor parte de este tipo de emigrantes adultos mayores que emigran por razones climáticas y de salud.

Al contrario del continente americano, en donde existe un mayor interés de adultos mayores provenientes de Canadá o Estados Unidos hacia países del caribe como México, Panamá, República Dominicana y Costa Rica. En las últimas décadas se ha observado un aumento acelerado en el flujo de turista residenciales estadounidenses hacia dichos países, especialmente a México, en su mayoría estos turistas corresponden a jubilados con una alta capacidad de consumo e importantes impactos en la economía de las localidades de destino, correspondiendo a la generación babyboomers (personas nacidas durante la explosión de natalidad posterior a la

Segunda Guerra Mundial, entre 1946 y principios de la década de los años de 1960) (Kiy y McEnanie, 2010). La primera generación de babyboomers, en el 2016 cumplieron los setenta años, saliendo de mercado laboral y pensionándose.

Por todo lo anteriormente expuesto, resulta evidente que el envejecimiento de la población, vinculado al crecimiento de la esperanza de vida y a la mayor longevidad, favorece una demanda creciente de consumidores de productos turísticos adaptados a sus necesidades, capacidades e inquietudes (Fernández, 2009).



**Figura 7. Población mundial con más de 65 años.**

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos del informe de *Perspectivas de la Población Mundial, revisión 2017*.



### 1.1.5. LA MARCA – CIUDAD (CITY-BRANDING) COMO MEDIO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

En la época actual de la globalización y la creciente internacionalización de los mercados, ha llevado a que las instituciones gubernamentales e incluso las empresas privadas realicen un replanteamiento de las oportunidades de desarrollo para las ciudades, siendo el turismo una de las alternativas de mayor potencial, en donde se incursiona en la elevación las capacidades de los territorios, evaluando sus ventajas competitivas para posicionarlos de forma nacional e internacional, creando toda una imagen, dicha estrategia es conocida con el termino de city-branding o Marca Ciudad de manera más concisa, se hace referencia al concepto de branding aplicado a ciudades.

A pesar de que la aplicación del concepto de city-branding no es algo totalmente novedoso, empezó a popularizarse a partir del año 1998 con la Travel and Tourism Research Association's Annual (TTRA), desde entonces se han realizado diversas definiciones del término desde distintas perspectivas y enfoques, en donde preva-

leen los vínculos con el área del turismo.

Una definición más completa para analizar el término de marca ciudad, está basada en definiciones previas de estudios pertenecientes a autores como son Aaker (1991) y Ritchie and Ritchie (1998), descrita como "la creación de un nombre, símbolo, logotipo u otro grafismo que identifica y distingue un destino; que comporta la promesa de una experiencia memorable de viaje que se asocia exclusivamente con el destino; y que sirve para consolidar y reforzar la conexión emocional entre el visitante y el destino; que reduce en los costos de búsqueda del consumidor y el riesgo percibido; todo con el objetivo de crear una imagen de destino que influya positivamente en la elección del destino por parte del consumidor", dicha definición integra tanto los valores tangibles como intangible del territorio, donde se debe analizar "lo que la ciudad es", y "lo que será y hará en el futuro" dado que la visión que se proyecta es a largo plazo, no es inmediata.

Por lo que producto del proceso de globalización se crea la necesidad de creación de la marca territorio que sea capaz de ge-

nerar diferenciación necesaria de los diferentes territorios (país, región, ciudad) basada en los activos intangibles que posean los territorios y que permitan un posicionamiento adecuado del lugar y donde la marca constituya el referente que debe aglutinar todos los elementos diferenciadores (Olins, 2002).

Si se analizan ambas definiciones se podría concluir que dicho concepto surgió a consecuencia de la globalización de los mercados lo cual ha causado el aumento de la competitividad entre los destinos, acrecentando la necesidad de diferenciarse e innovar, ofertando una experiencia distinta al consumidor para fomentar el desarrollo local, por lo que se aborda la gestión de ciudad bajo una mirada empresarial, de mercadotecnia, donde se hacen aplicables los mismos conceptos utilizados para la administración de una empresa respecto al marketing, donde la ciudad se ve como un producto a comercializar, a pesar de ser evidentemente algo más complejo que un producto, dado que se toma en cuenta todas sus ofertas, cultura, historia, servicios, infraestructuras, recursos medioambientales e incluso los elementos intangibles, como la percepción tanto del visitante como residente local.

El posicionamiento de las ciudades, desde la perspectiva de producto conlleva la realización de una segmentación del mercado y una diferenciación valorada por ese segmento, dicha acción aumentará la eficiencia del diseño de la marca, elevando así las probabilidades de fidelización entre cliente-producto, como el caso de Miami, Estados Unidos para las personas en retiro. De igual forma, Milán y Nueva York, son ciudades-marca enfocadas en la moda textil y originaron una relación directa entre producto o servicio y localidades especializadas que lo ofrecen, enfocadas en todas las personas interesadas en la moda. En cuanto a la actividad turística la imagen de marca es crucial para la venta de los destinos, por ello cada vez se hace más habitual encontrar diversas variables del mismo como turismo ecológico, de negocios, religioso, médico, cultural, deportivo y el de convenciones.

Por otro lado, países como España, Francia o Estados Unidos son ejemplos de cómo han logrado forjar una imagen a nivel macro, en este caso, marca-país, que evocan el desarrollo del turismo a través de la historia, infraestructura, tecnología entre otras variables y es que, en gran parte de los casos, por lo que la creación de la

Marca Ciudad viene tras la creación de una Marca País, logrando una especie de sinergia entre ambos conceptos, en donde se articula la gestión del sector público y privado, buscando incrementar los ingresos del sector turismo, como referente significativo en Latinoamérica de relación Marca Ciudad- Marca País, se encuentra México, creando el eslogan a nivel nacional "Vive México", el cual se ha convertido en una herramienta para la promoción del turismo nacional e internacional.

Como conclusión, para la creación de una marca-ciudad, es fundamental identificar internamente cual es el factor diferencial de la ciudad con relación a la competencia, que será su elemento de valor y posteriormente identificar el factor diferencial que pueda atraer a los turistas e inversores, para ello se debe conocer las particularidades y preferencia del público objetivo y asociarlos al territorio.



**Figura 8. Marina D'Or - Ciudad de Vacaciones, Oropesa del Mar, Valencia España.**

Fuente:<https://www.idealista.com>

## 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Juan Dolio, fue durante décadas, uno de los destinos turísticos más visitados debido a su gran cantidad de atractivos y propuesta cultural, siendo parte del primer polo turístico en desarrollarse. Sin embargo, con la llegada de la crisis inmobiliaria internacional en el 2008, la inversión privada tuvo un largo periodo de recesión en donde gran parte de las empresas hoteleras instaladas en la localidad tomaron la decisión de trasladar su inversión hacia otros lugares turísticos que garantizaban mayor seguridad debido a un mayor flujo de turistas, ya que en Juan Dolio disminuía debido a la poca promoción internacional en la relación a otras localidades turísticas del país.

Los últimos años han significado el relanzamiento al turismo para este destino, siendo uno de los logros promovidos en la versión del 2016 de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), con el objetivo de fortalecer el turismo en Juan Dolio.

Desde entonces, han surgido distintos proyectos inmobiliarios-turísticos, donde algunos que estaban detenidos han sido terminados y relanzados al mercado, otros han tomado la decisión del rescate de la infraestructura hotelera antigua, realizando una reestructuración total de la imagen del proyecto, mientras que también se han producido propuestas totalmente nuevas. Dicha cantidad de proyectos han promovido un cambio importante modelo esencialmente hotelero que lo caracterizaba en sus inicios a un modelo mayormente turístico residencial.

Esta situación, ha creado el ambiente ideal para la atracción de un nicho poco estudiado a nivel nacional e implementado exitosamente en otros países como México y Panamá, el segmento de jubilados extranjeros.

A pesar de que el país cuenta con una ley en su marco legal que incentiva la inversión de dicho grupo, aún no se registran proyectos a nivel nacional que sean destinados exclusivamente al grupo referido.

Por dicho motivo, se hace importante la apertura del turismo inmobiliario hacia el segmento de jubilados extranjero, siendo que en el 2015 los turistas provenientes de los Estados Unidos concentraron alrededor del 40% de la totalidad de los turistas y dicha potencia concentra el 20% de la población de babyboomers a nivel mundial, población que está en etapa y/o proceso de jubilación. En 2016, según datos del censo, el 15.2% de la población del país ya había cumplido los 65 años, lo que equivaldría en cifras para ese entonces 49,2 millones de personas, mientras en el año 2000 el porcentaje era de 12.4 % y la cantidad de personas de 35 millones.

### 1.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Existe una oportunidad de desarrollo turístico inmobiliario dirigido al segmento de jubilados extranjeros en la localidad de Juan Dolio, de ser así, cuáles serían las estrategias por implementar en el marco local y nacional para la apertura a este nuevo nicho?

### 1.4. HIPOTESIS

La implementación de una estrategia marca-ciudad para el des-

tino de Juan Dolio en conjunto con la implementación de otras estrategias que mejoren el ambiente de inversión para el segmento de jubilados extranjeros impulsarían el desarrollo del turismo residencial inmobiliario, dando la posibilidad de ser replicable en otras localidades del país.

## 1.5. OBJETIVOS

### 1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar la oportunidad de promover el turismo residencial para jubilados extranjeros en la localidad de Juan Dolio, San Pedro de Macorís, República Dominicana a través del desarrollo de una marca-ciudad.

### 1.5.2 OBJETIVOS PARTICULARES

-Analizar los antecedentes de mayor relevancia a nivel internacional definiendo sus aspectos de mayor importancia, así con la evolución histórica que ha tenido el turismo dominicano, especialmente la población de Juan Dolio.

-Identificar el marco jurídico y fiscal que afecta y/o regula las



adquisiciones de bienes raíces por parte de personas extranjeras.

-Identificar el perfil socioeconómico y cultural del mercado potencial de jubilados extranjeros de la República Dominicana y sus preferencias en materia inmobiliaria, basado en las experiencias de otros casos internacionales donde existe la instalación del nicho.

-Realizar un diagnóstico de la ciudad Juan Dolio para determinar sus fortalezas y debilidades como localidad óptima para jubilados extranjeros, complementado con una evaluación económica de la instalación de proyecto para contextualizar la rentabilidad de la inversión inmobiliaria en la localidad.

-Desarrollar una propuesta de marca-ciudad para Juan Dolio para la atracción del segmento de jubilados extranjero, considerando los elementos diferenciadores, apoyándose fundamentalmente en el desarrollo inmobiliario y determinando los ajustes necesarios para maximizar su potencial como destino óptimo para el segmento de jubilados tanto a nivel local como nacional.

## 1.6. METODOLOGÍA.

La metodología que se llevará a cabo para realización del presente proyecto de investigación consta de cinco pilares fundamentales.

### -REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

Se realizó una revisión bibliográfica de documentos relacionados con turismo inmobiliario. A través de publicaciones de listados de proyectos aprobados por las instituciones encargadas de la aprobación de proyectos turísticos (CONFOTUR) se conoció la oferta inmobiliaria de los polos turísticos y mediante las estadísticas elaboradas por el Banco Central Dominicano, se obtuvieron los datos sobre el perfil del turista extranjero para la posterior definición del público objetivo.

### -ESTUDIO LEGAL

Se realizó una indagación bibliográfica de artículos y documentos relacionados con el marco jurídico y fiscal del cual se encuentra afecto el tema de estudio. Para dicho efecto se recurrió a distintas guías destinadas a dar a conocer el panorama de inversión

en la República Dominicana de distintas fuentes, entre ellas, la publicada por el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana en el 2015 y la publicación de la firma nacional de abogados, Pellerano y Herrera, sobre las leyes que inciden en la compra de inmuebles en República Dominicana, publicada en el 2011.

#### -ESTUDIO DE MERCADO

Se identificaron las características y preferencias del segmento de jubilados objetivo para la República dominicana y se analizaron sus preferencias inmobiliarias, estos datos fueron obtenidos en base a estudios de instituciones sobre el mercado de retiro en México, como el informe, Situación Inmobiliaria, publicada por la empresa bancaria BBVA (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria) en el 2007, reforzados y complementados con datos de otras publicaciones nacionales, como el informe, República Dominicana: La nueva promesa para el Mercado de Jubilados, publicación realizada en el 2015 por la empresa privada, Hospitality Management Solution (HMS), consultora de desarrollo de proyectos turísticos e inmobiliarios ubicada en República Dominicana y Panamá.

#### -ESTUDIO CATASTRAL

Se recopilaron distintas informaciones sobre el territorio para conocer los atributos que influyen en la instalación del tema de estudio. Entre ellas, la oferta inmobiliaria turística existente, las ubicaciones de terrenos en venta y sus valores y el equipamiento existente en Juan Dolio. Para ello, se recurrió distintas plataformas de sistema de información geográfica (GIS), como Open Street Map y Google Maps y a través del apoyo de portales web encargados de la venta de inmuebles como mairuf.com y encuentra24.com.

#### -EVALUACIÓN ECONÓMICA

Se hizo un estudio de pre-factibilidad económica, considerando en una evaluación estática la rentabilidad de la implementación del proyecto. Para esto se tomó unos de los proyectos existentes en el mercado y se realizó una estimación de los metrajes del proyecto con la finalidad de obtener una proximidad de los ingresos y egresos del proyectos. Para determinar estos valores se utilizaron plataformas GIS, para obtener el metraje aproximado del terreno y en base a las características de los departamentos y la cantidad de los mismos tener los metrajes de construcción totales.

## 1.7 ESTADO DEL ARTE

Distintos territorios a nivel internacional han desarrollado una estrategia marca país como destino para personas extranjeras en condición de retiro, yendo de la mano con las políticas legislativas y por la relevancia del turismo en los mismos. En consecuencia, en el presente análisis del estado del arte, se estudiaron distintos países que han logrado el reconocimiento internacional como lugar de jubilación, revisando el marco legislativo que afecta a dicho segmento y sobre las localidades que dentro del concepto nacional han desarrollado el concepto de marca-ciudad y se han convertido en referencias importantes de desarrollo inmobiliario y que cuentan con la presencia de comunidades de expatriados establecidas.

Por otro lado, a pesar de que la República Dominicana, no tiene desarrollada una marca país orientada a jubilados extranjeros, se realizó un estudio del panorama existente, planteando referencia de mayor proximidad en cuanto al concepto de marca-ciudad reconocido a nivel nacional.

### 1.7.1 EXPERIENCIAS INTERNACIONALES

Para elegir los territorios que serán evaluados en el estado del arte, se tomaron los tres primeros lugares del más reciente de la publicación del Annual Global Retirement Index 2018 de International Living<sup>5</sup> publicado cada Enero, en el cual se comparan veinticuatro países que entregan el máximo retorno de dinero y prometen al retirado la obtención de una buena calidad de vida. El Índice está basado en trece categorías:

- Compra e Inversión
- Renta
- Beneficios y descuentos para adultos mayores
- Obtención de visas y residencias
- Integración al entorno
- Entretenimiento y comodidades
- Sistema de salud
- Estilos de vida saludable
- Desarrollo

5 Traducción en Español: Índice global de jubilación.



- Clima
- Gobierno o situación política
- Oportunidades

En cuanto a la evolución de la República Dominicana en el listado, a pesar de que desde el 2012 se encuentra presente, su lugar oscila entre la posición diecinueve y veintidós, sin grandes cambios.

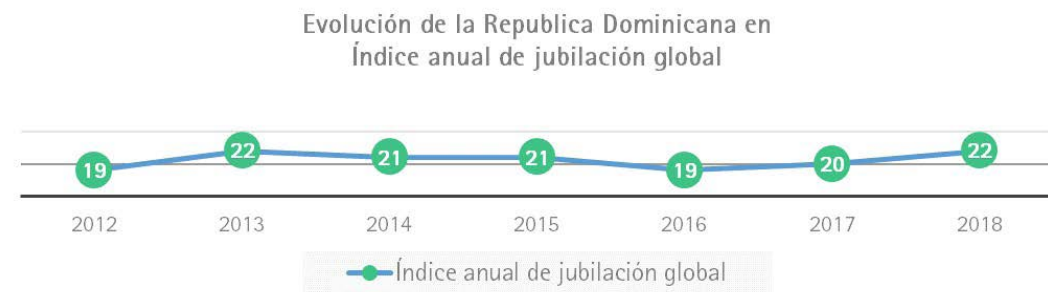
PAÍS	ÍNDICE	PAÍS	ÍNDICE
1. Costa Rica	91.3	13. Malta	81.9
2. México	91.2	14. Tailandia	81.8
3. Panamá	91.1	15. Francia	81.7
4. Ecuador	88.3	16. Camboya	81.3
5. Malasia	87.7	17. Belice	80.7
6. Colombia	85.7	18. Bolivia	79.8
7. Portugal	85.5	19. Irlanda	79.5
8. Nicaragua	83.9	20. Uruguay	78.5
9. España	83.6	21. Pilipinas	78.0
10. Perú	82.8	22. Rep. Dominicana	76.8
11. Italia	82.5	23. Vietnam	76.6
12. Honduras (Roatán)	82.0	24. Indonesia (Bali)	74.9

**Tabla 01. Índice anual de jubilación global.**

Fuente: Elaboración propia en base listado de International Living, 2018.

**Figura 9. Evolución De la Rep. Dom en el índice anual de jubilación global**

Fuente: Elaboración propia.



### 1.7.1.1 COSTA RICA. CASO: ESCAZÚ (VALLE CENTRAL)

Desde hace décadas, Costa Rica inició distintos planes y programas para la atracción de jubilados extranjeros al país, en conjunto con México han sido históricamente los principales polos de atracción en Latinoamérica para la captación de jubilados de países como Estados Unidos y Canadá que desean adquirir una segunda vivienda, a pesar de que en la actualidad Panamá y Belice han apostado a este segmento.

Conforme a registro del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el Censo del 2011 se reportaron dos mil doscientos sesenta y dos (2.262) pensionados de los Estados Unidos residiendo en el país. A este número se le suman doscientos sesenta y un (261) canadienses y doscientos ochenta y cuatro (284) españoles, entre otras nacionalidades.

En Costa Rica existen tres categorías de residencia para extranjeros recogidas en la Ley 48-12, más conocida como Ley de Pensionados: residente pensionado, pensionado rentista, rentista inversionis-

ta; estas categorías las tramita el ICT (Instituto Costarricense de Turismo, a través del Departamento de Pensionados). la ley, creada en 1964, perseguía facilitar la residencia en el país a extranjeros con ingresos generados fuera del mismo; permitía una residencia de largo plazo, con todos los derechos de un costarricense, salvo el del voto, manteniendo otra nacionalidad, sin necesidad de cumplir los requisitos de inmigración, y con una serie de ventajas (especialmente exención de impuestos). Esta ley fue transformada en 1992, eliminando algunos de los privilegios (muchas de las exenciones de impuestos), lo cual redundó en una menor llegada de extranjeros pensionados a partir de este año. Las restantes categorías de residencia las tramita La dirección General de Migración y Extranjería (Puga, 2001).

A pesar de haberse mostrado una importante disminución del flujo de este segmento posterior a la reforma, en los últimos años se observa un resurgimiento. Entre el 2013 y el 2016, según datos de la Dirección General de Migración y Extranjería, a un total de mil trescientos cuarenta y ocho (1348) extranjeros se les aprobó la residencia temporal, por lo que continúa siendo un mercado

importante dentro del país. En el 2013 se avalaron ciento ochenta (180) solicitudes, mientras que en el 2015 fueron quinientos sesenta y cuatro (564) y en el 2016, doscientas setenta y uno (271). Para la obtención de la residencia se impone como requisito fundamental la posición de una renta mínima de mil dólares americanos mensuales o su equivalente. Por lo que, si bien el país no cuenta con los descuentos aplicados en programas para jubilados en otros países de la competencia, La Organización Mundial de la Salud ha ubicado el país como el número treinta y seis (36) entre los mejores sistemas de salud, una característica valorada dentro del segmento.

Evidentemente unos de los efectos que crea este segmento es el desarrollo del mercado inmobiliario, por lo que, en los últimos años, dado al crecimiento de la población adulto a nivel mundial y a la popularidad del país como destino de pensionados extranjeros han impulsado el desarrollo de condominios para este grupo en particular.

Según un estudio publicado por el New York Times, basándose

en información de la Asociación Americana de Personas Retiradas (AARP por sus siglas en inglés), en el capítulo de Costa Rica, evidencia que las personas de Estados Unidos y Canadá, los jubilados buscan ciudades de retiros y con certificaciones internacionales. Entre los lugares de demanda de inmueble de parte del segmento se resaltan Escazú y Santa Ana (en el Valle Central), el Pacífico Central y Guanacaste, en terrenos extensos y con topografía plana, según detalla el informe, que en gran parte obedece a la accesibilidad con los servicios de salud. Esto se ve reflejado en la oferta inmobiliaria de las mismas localidades.

La mayor concentración es la de Escazú, se trata de una zona residencial suburbana relativamente alejada de San José centro (entre 40 min. y una hora dependiendo del nivel de tráfico); tratándose de un lugar muy tranquilo, con temperaturas algo más bajas debido a que está en la montaña, y con unas magníficas vistas del valle central. La zona tiene atractivos medioambientales, y al mismo tiempo no deja de estar en el área urbana, relativamente cerca de cines, teatros y asociaciones (Puga, 2001).

En el 2013 se abrió al público el proyecto de residencias para adultos mayores Verdeza, en Trejos Montealegre en Escazú, es el primer complejo de este tipo en Costa Rica para adultos mayores, donde pueden encontrar diferentes servicios y actividades para la salud de los residentes. Es un edificio de cuatro pisos, con sesenta y un (71) habitaciones y áreas comunes. Además de ofrecer un piso exclusivo para residentes con Alzheimer o problemas de memorias.



**Figura 10 .Proyecto para adultos mayores Verdeza**

**Fuente:** <http://www.verdeza.com/>

En este esquema se sale del tradicional complejo de viviendas unifamiliares demandado por el segmento y opera como un hotel con los servicios médicos incluido en la cuota, los cuales varían según el tipo del plan de residentes, los cuales son cuatro: vida independiente, asistencia básica, apoyo de memoria (Alzheimer y otras enfermedades) y asistencia completa. Por lo que el perfil del usuario del proyecto, en el contexto de jubilados extranjeros, serían aquellos con intenciones de hacer turismo médico o que tengan un historial médico particular.

En el caso de Escazú, se observa como este segmento es un potencial desarrollador de localidades suburbanas, que por lo general tienden a ser más demandadas por este grupo, dado que se observa una tendencia a disminuir el atractivo cuando las densidades poblacionales y el desarrollo urbano es alto.

#### **1.7.1.2 MÉXICO. CASO: LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA**

Durante décadas, México ha tenido el protagonismo en Latinoamérica como destino principal de los emigrantes jubilados

estadounidenses, grupo mayoritario y canadienses, los cuales mostraron un aumento de un 72.61% en el periodo 2000-2010, según datos de censos de población y vivienda. El inicio de promoción del país como destino de jubilados fue llevada a cabo durante la década de los sesenta, bajo el concepto de bajo costo, en comparación con sus países de origen, el clima y la cercanía a sus comunidades.

A principios de los años 70, las ventas de unidades vacacionales y de retiro alcanzaron altos niveles de ventas. Estos desarrollos fueron diseñados para satisfacer las necesidades del segmento de jubilados, en los que se incluía aparte de las viviendas, oficinas administrativas, campos de golf, instalaciones deportivas como canchas de tenis y pistas de ciclismo, entre otros.

Aunque el volumen de esta tipología de migrantes es difícil de determinar con exactitud, dado que muchos de ellos pueden realizar visitas o estancias de corta duración y en algunos casos tener más de un país como lugar de residencia, muchos ingresan con visa de turista y tienen la posibilidad de permanecer hasta seis meses en territorio mexicano y adquirir bienes inmuebles, por lo que la ci-

fras de extranjeros residentes en el estado oficialmente registrados en el Instituto Nacional de Migración se encuentra por debajo de la realidad, ya que muchos conservan la calidad de turista. Según cálculos para México, entre 1996 y 2006 la población inmigrante



**Figura 11 .Proporción de extranjeros en México**

**Fuente:** Elaboración propia en base en datos de la Encuesta Intercensal 2015 (inegi, 2015).

estadunidense que vivía en el país bajo alguna forma migratoria aumentó de doscientos mil a un millón (Lizárraga-Morales, 2009). Posteriormente, de acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2010, en México existían 738,103 residentes nacidos en EEUU, que representaron el 76.4% del total de personas extranjeras con residencia en México. De estos 39,032 (5.3%) tienen 50 años o más, siendo personas en edad de jubilación o próximos a jubilarse.

En todo el territorio de la República Mexicana existen comunidades estructuradas de jubilados. Las regiones costeras son el mayor atractivo para dicho segmento, entre las que se destacan: el corredor de Playas de Rosarito-Ensenada, Puerto Peñasco, La Paz, Loreto, Los Cabos y Todo Santos en la península de Baja California, así como Cancún, Puerto Vallarta, la Riviera Nayarit, Mazatlán, la Riviera Maya, incluyendo Playa de Carmen. No obstante, también se resaltan comunidades no costeras con alto nivel de desarrollo como son: San Miguel de Allende, Guanajuato y Ajijic.

Por procedencia, los estadounidenses se asientan principalmente en Baja California, Chihuahua y Jalisco, este último estado concen-

tra población principalmente adulta que establece sus segundas residencias en algunos municipios de la entidad (Dávila-Cervantes, 2016). Por otro lado, de acuerdo con datos de la Secretaría de Turismo, los destinos más populares entre los estadounidenses para adquirir una propiedad son Los Cabos, municipios de la región previamente mencionada en Baja California y Puerto Peñasco, ciudad que corresponde a la región de Sonora, unas de las regiones que representa mayor cantidad de inmigrantes, ambas situadas en la frontera con los Estados Unidos.

Los jubilados que deciden retirarse al extranjero visitan la comunidad que han elegido antes de comprar una propiedad para su retiro. De hecho, muchos de ellos descubren estos lugares como turistas durante sus vacaciones o cuando los visitan durante largos periodos de tiempo y se hospedan en una propiedad rentada o en un condominio de tiempo compartido (Kiy R. y McEnany A., 2010). Un investigador local reportó que entre el 95 - 97% de quienes respondieron a su encuesta habían visitado Mazatlán o Los Cabos por lo menos una vez antes de tomar la decisión de comprar una propiedad para su retiro (Lizárraga Morales, 2008) . Lo expuesto



confirma el hecho de que la posición del país con respecto al turismo es un factor determinante para que se produzca dicho tipo de movimientos migratorios, dado que la experiencia de la visita es fundamental antes de tomar la decisión de la compra del inmueble, por lo que grandes flujos de visitantes atraerán grandes flujos de posibles candidatos de inmuebles.

El boom inmobiliario en Los Cabos se aprecia desde el año 2003, en conjunto con la llegada masiva de estadounidenses a la localidad. Actualmente existe una gran cantidad de oficinas de bienes raíces los cuales tienen a la venta extensos terrenos costeros que se venden por acres, por lo que la tendencia de desarrollo inmobiliario dejó de ser la construcción hotelera, sino que apunta a la construcción y venta de tipologías como villas, condominios y residencias cambiando radicalmente el concepto del lugar, que pasó de ser un sitio turístico, en un lugar donde la compra de un bien inmueble trae consigo todos los servicios para estancias permanentes.

En la localidad de Cabo San Lucas se pueden observar la pre-



**Figura 12 .Cabo San Lucas, Baja California Sur**

**Fuente:** <http://www.loscabosguide.com/es/cabo-san-lucas-2/>

sencia de oficinas inmobiliarias de carácter transnacional como ReMax, Century 21, Coldwell Banker, Snell Real Estate, Prudential Realty, entre otras, todas propiedades de estadounidenses, por lo que gran parte de las ganancias quedan en manos de inversionistas extranjeros y agencias de ventas de bienes raíces transnacionales (Lizárraga, 2012), por otra parte la incrementación de obras de construcción ha producido una gran cantidad de empleo por la necesidad de mano de obra.

Se ha percibido un alto nivel de desconfianza del jubilado estadounidense con la población local, lo cual podría deberse a factores como la alta tasa de violencia o la relación histórica-fronteriza de ambos países, lo que se traspa al mercado inmobiliario donde prefieren comprar un inmueble a una compañía transnacional y en la forma en que se desarrollan los complejos, ya que estos por lo general tienden a establecer barreras físicas para aislarse de la población local, Lizárraga (2012) los denomina complejos urbanos defensivos.

La desconfianza del consumidor hacia las inmobiliarias locales,

tiene antecedentes en la décadas de los sesentas, cuando se iniciaban los primeros proyectos inmobiliarios destinados al comprador estadounidense, entre esos proyectos se encontraba San Antonio Shores, actualmente conocido como San Antonio del Mar, ubicado en el límite fronterizo de San Diego y Tijuana, el proyecto consistió en la venta de terrenos residenciales urbanizados, pero para aquel entonces la compra de extranjeros en zonas costeras de México, era ilegal, por lo que varios contratos se firmaron violándose la constitución Mexicana. En consecuencia, debido a la presión política, el gobierno realizó una expropiación del proyecto y en el año 1975 para disipar el descontento de los inversionistas estadounidenses se creó la figura del fideicomiso a treinta años, dando la posibilidad a los extranjeros de ser propietarios de manera legal.

El fideicomiso es un contrato que permite que un banco mexicano sea el propietario del terreno, actuando como fiduciario en beneficio exclusivo de un extranjero. Estas leyes permitieron que los extranjeros pudieran tener propiedades en México dentro de la "zona restringida" la cual se define como la ubicada dentro de los 100 kilómetros (60 millas) desde la frontera de México ó 50 kiló-



metros (30 millas) de la costa mexicana, con la condicionante de que una institución financiera autorizada sea la propietaria y que el extranjero sea el beneficiario legal. Bajo esta estructura, la institución financiera es la dueña del terreno o de la propiedad y los extranjeros tienen todo el derecho a habitarla y hacerle mejoras, testar a sus herederos, así como hipotecar y vender la propiedad (Kiy R. y McEnany A., 2010)

Casos similares al anterior, incluyendo distintos fraudes, han sucedido a lo largo de la historia turística inmobiliaria en México, por lo que evidentemente ha afectado a las desarrolladoras inmobiliarias locales.

Por otro lado, la revisión de la estructura tributaria en México, resalta que los residentes tributan los ingresos obtenidos en todo el mundo para efectos del impuesto sobre la renta y los no residentes tributan únicamente sobre los ingresos obtenidos localmente, por otro lado, posee un tratado para evitar la doble tributación con Estados Unidos y las pensiones están exentas de gravámenes. El impuesto a la propiedad va entre 0.5% a 1.2% y se debe realizar el

pago del IVA equivalente a 16%.

Hasta 2013, parte de los requisitos que debían cumplir los fondos de pensiones y jubilaciones extranjeros, para ser sujetos de la exención prevista por la Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR), consistía en ofrecer en uso o goce temporal de los bienes inmuebles de que se tratara mínimo un año, antes de que fueran enajenados por éstos. Así, el periodo de tenencia obligatorio de los bienes inmuebles era de por lo menos un año. La modificación propuesta aprobada por el Congreso de la Unión obligó a los fondos de pensiones y jubilaciones extranjeros a conservar los bienes raíces por un periodo de por lo menos cuatro años.

No obstante, a pesar de la desconfianza presente y al alto nivel delictivo del país, México, continuará siendo el principal país de destino para los norteamericanos y canadienses que se retirarán en los próximos años. Desde hace más de treinta años, un creciente número de estadounidenses ha encontrado en México una alternativa atractiva para residir, tanto de manera temporal como definitiva, porque ya existen comunidades establecidas de



**Figura 13 . Boquete, condominios townhouses.**

**Fuente:** <http://www.myguiadeviajes.com/2016/02/boquete-naturaleza-aventura-y-turismo-activo-en-panama/>

expatriados, que es un factor valorizado por el grupo porque mejora la capacidad de adaptación al entorno, unos de las categorías para la determinación del Annual Global Retirement Index 2018 de International Living"s, como se mencionó. De acuerdo con el Departamento de Estado de E.U.A, se estima que más de 6.5 millones viven fuera de ese país, de los cuales 1.2 millones residen en México, 20% del total (PROMEXICO, 2008).

#### 1.7.1.3 PANAMÁ. CASO: BOQUETE, CHIRIQUÍ,

Como se expuso anteriormente, la creación de una marca-ciudad viene tras la creación de una marca país, en este contexto, Panamá posee una serie de facilidades para el segmento de jubilados extranjeros, como son los bajos costos de vida, el uso del dólar como moneda oficial, descuentos a servicios de salud, su conocimiento a nivel mundial por el significado histórico-comercial del canal de Panamá, aún más importante, su estructura legal y ventajas fiscales, todo resultado de su promoción a nivel internacional como destino de jubilados extranjeros.

El gobierno promovió el desarrollo de turismo residencial me-

diante la creación de un plan maestro que dividió el país en nueve zonas enfocadas en el turismo, esencialmente en el turismo residencial. Además, para atraer a los turistas e inversionistas extranjeros, el gobierno estableció una serie de incentivos para los turistas extranjeros, otorgó descuentos en la atención médica y seguros a los que se hubiesen jubilado en Panamá (Ley 8 de 1994) y eliminó los requisitos de visado para los extranjeros de ciertos países (Decreto Ejecutivo 248 de 2009). En cuanto a los inversionistas extranjeros, la Ley 8 de 1994 los eximió de pagar impuestos sobre bienes raíces que estén dedicados a la actividad turística y la Ley 54 de 1998 les otorgó la libertad de disponer de los beneficios a su antojo, incluyendo la repatriación de capital, dividendos, intereses y ganancias. Además, para facilitar la venta de lotes a ser utilizados con fines turísticos, el gobierno panameño aprobó nuevas leyes, como la Ley 80 de 2009 que permitió la adquisición de tierras para actividades turísticas en los territorios costeros e insulares que anteriormente eran públicas (Spalding, 2010).

Con la creación de la Ley No. 9 de 24 de junio de 1987 titulada; por la cual se adoptan medidas en beneficio de los ciudadanos

jubilados, pensionados, de la tercera y cuarta edad y se crea y se reglamenta el impuesto de timbre denominado paz y seguridad social. La cual ha sido modificada varias veces, con el propósito de ampliar su campo de beneficio, integrando cada vez más diversas actividades cotidianas. En la actualidad existe toda una plataforma de descuentos a los beneficiarios, en los que se incluyen los servicios básicos, descuentos en transportes, medicamento en farmacias y servicios de hospitales y clínicas privadas, descuento en la tasa de interés de vivienda para uso propio, entre otros.

De igual manera, en materia fiscal se contemplan las siguientes exoneraciones fiscales:

Exoneración del impuesto de importación, por una sola vez, en todos sus bienes y enseres de uso personal hasta por la suma de \$10,000.

Exoneración del impuesto de importación de un auto libre de impuestos cada dos años.

Todos los extranjeros (no solo los jubilados) que compren una casa de más de US \$200,000 tienen derecho a una visa de residencia.

Exoneración del 100% del impuesto de inmueble para una sola vivienda.

Los requisitos para la obtención de los beneficios, fundamentalmente es tener acreditación de ingreso por pensión de por vida de un mínimo de mil dólares americanos mensuales, en caso de ser menor a este monto y superior a los setecientos cincuenta otorga la posibilidad de inversión en bienes raíces mediante la compra de una propiedad de al menos cien mil dólares americanos, reduciendo el requisito de ingresos. Por lo que dado a este marco legal y de incentivos que provee Panamá, muchas localidades han sido beneficiadas en el desarrollo mercado de bienes raíces por inversión de jubilados estadounidenses y canadienses en su mayoría. Otras localidades reconocidas por la preferencia de los expatriados dentro del país son: Boquete, Chiriquí, la ciudad de Panamá, Las Tablas, Los Santos, Santa Fe, Veraguas y Chame, Panamá Oeste.

Boquete es el destino montañoso de mayor relevancia de Panamá y es considerado como unas de las opciones más conocidas para los jubilados extranjeros, posee una condición climática

agradable y una comunidad establecida de expatriados. En la década de 1990, el gobierno panameño designó al distrito montañoso de Boquete y el archipiélago de Bocas del Toro como zonas de desarrollo del turismo residencial, enfocado a atraer a los extranjeros jubilados. Desde alrededor del año 2000, estas áreas se han convertido en dos de las localidades más importantes del país para este tipo de turismo, a inicios de la misma década, se construyó el proyecto Valle Escondido, unos de los proyectos urbanísticos más significativos para Jubilados de altos ingresos, el cual incluía residencias, un hotel y un campo de golf, fue el proyecto propulsor del desarrollo del turismo residencial para jubilados, siendo la primera comunidad en Panamá, anteriormente destinada a la agricultura, diseñada exclusivamente para jubilados extranjeros, convirtiendo la localidad en un punto importante de inversión inmobiliaria para la atracción de expatriados.

En Boquete, el precio de la tierra se ha incrementado hasta en un 500% en el lapso de cinco años (McWatters, 2009; Myers, 2009), eliminando efectivamente a los residentes locales del mercado de tierras por sus costos (Myers, 2009).





**Figura 14 . Proyecto Valle Escondido, Boquete**

**Fuente:** <https://www.flickr.com/photos/roly1328/6352248356>

Antes del auge del turismo, Boquete había sido un área de granjas agrícolas pequeñas y medianas (McWatters, 2009), famosa por su café y belleza natural, con menos de 50 residentes extranjeros (Myers, 2009). Para el año 2007, ya había tres mil residentes extranjeros dueños de gran cantidad de tierras (Myers, 2009:113). Prevalciendo la preferencia de este segmento de los recursos naturales sobre el desarrollo de la infraestructura existente en la localidad.

## **1.7.2 EXPERIENCIAS NACIONALES**

### **1.7.2.1 REPÚBLICA DOMINICANA. CASO: LAS TERRENAS, SAMANÁ**

La República Dominicana, a pesar de ubicarse en la lista de los veinticinco países mejores para jubilación, según el índice de retiro anual global, no cuenta con una comunidad de expatriados establecida. Se han realizado débiles intentos de promover el país como destino para la jubilación extranjera, pero la política del país se ha orientado fundamentalmente en la captación de inversores



extranjeros, más que al segmento de pensionados.

En el 2007, se promulgó ley No. 171- 07, sobre incentivos especiales a los pensionados y rentistas de fuente extranjera, la cual incluye una serie de beneficios fiscales y de obtención de residencia, tanto para el jubilado como rentistas, con ingresos de fuentes extranjeras. No obstante, se creó dicha ley, pero no se complementó con un desarrollo de programa global para dicho segmento, tal como se desarrolló en Panamá. De la misma manera, ningún tipo de proyecto piloto en el cual se desarrollarán proyectos inmobiliarios destinados exclusivamente para este segmento, como el caso del proyecto el Valle Escondido en Boquete, Panamá, que dicho proyecto fue el pilar del inicio del desarrollo de la localidad como destinos para jubilados.

Por lo que, dado que, a nivel nacional, dicho nicho es relativamente nuevo por explorar, dado que no existe en el país ningún desarrollo inmobiliario que tenga una comunidad de expatriados establecida resulta difícil la cuantificación o recopilación de los antecedentes registrados a nivel nacional para el grupo estudiado,

que ya por si sola es compleja debido a su condición de "turista-residente" , por lo que el estudio se apoyó en los datos sobre las personas extranjeras que ingresan al país con calidad de turistas, con la finalidad de conocer a mayor profundidad los flujos existentes y la población extranjera no activa laboralmente.

Conforme a los datos de estadísticas turísticas del Banco Central de la República Dominicana sobre la llegada de extranjeros no residentes al país, se observa como cliente principal América Del Norte, Estados Unidos y Canadá, mostrándose un aumento de un cuatro ciento respecto al 2016, y en cuanto rango etario, se aprecia tanto en el 2016 como 2017 que más del treinta por ciento corresponden a personas en etapa de retiro.

En cuanto la región el cual se observó mayor aporte interanual fue Europa, con un aumento de un 13.7%, del cual el 64% provenían de Rusia, convirtiéndose en una nacionalidad con potencial para la elección del país como destino de jubilación.

Por otro lado, respecto de la primera encuesta nacional de in-

migrantes de la República Dominicana, realizada en el 2012 (ENI-2012), conforme a la población extranjera no haitiana inactiva laboralmente, no se estima la población inmigrante haitiana a pesar de ser mayor, debido a que su motivo principal de migración al país es laboral. Luego del motivo de estudio, el segundo motivo principal del porque dicha población se encontró inactiva laboralmente, se debió a que se encuentra pensionado, demostrando la existencia de una cantidad de extranjeros jubilados residiendo en el país para el 2012.

A pesar de no registrarse un asentamiento concreto y ser poco estudiada, la localidad de Las Terrenas, ubicado en la península de Samaná, al nordeste de la isla, ha sido reconocida a través de los años como elección de residencia temporal y permanente de francófonos; franceses, canadienses quebequenses y belgas flamencos, aunque dado por las razones ya citadas, se desconocen los motivos de la estancia. Francia tuvo una dilatada presencia en la historia de Samaná, no solo por sus múltiples intentos de poseer la península y la bahía, sino por las variadas inmigraciones de franceses, inmigraciones estas, que se iniciaron en el siglo XVII y aún en pleno siglo

Distribución de la población de 10 años y más de origen extranjero no haitiano inactiva por país de nacimiento. Según motivos por los que no buscó.

Motivos	Absoluto	Relativo
He buscado y no encuentro	565	2.1
Incapacitado permanentemente	845	3.2
Incapacitado temporalmente	439	1.7
Estudiando	9,832	37.2
Dedicado a quehaceres del hogar	2,339	8.9
Rentista	704	2.7
No quise	2,480	9.4
Pensionado o Jubilado	4,661	17.6
Total	21,865	82.74
Aceptación de trabajo si le hubieran ofrecido uno		
si	5,595	21.2
No	20,379	77.1
Sin Información	450	1.7

**Tabla 02 . Motivos de inactividad laboral en población de origen extranjero.**

**Fuente:** Elaboración propia en base los datos del ENI-2012

XXI continúan, razón por la que un alto porcentaje de los apellidos de la población de Samaná son de origen francés (Baldrich, 2009). Muestra de dicha influencia en la ciudad actualmente turística es la presencia de restaurantes franceses y de la edificación del centro educativo denominado Théodore Chaseriau, en honor al pintor francés del siglo XIX, nacido en la bahía de El Limón, en la provincia de Samaná, en la época en que toda la isla era administrada por Francia, por lo que también demuestra la existencia de un enlace de identidad creada a través de los años latente, inclusive el origen

**Figura 15 . Villa Jerome, la propuesta inmobiliaria en Las Terrenas, es caracterizada por villas.**

**Fuente:** <https://www.aic-dominicana-inmobiliaria.com>

**Figura 16 . Las Terrenas, 1985**

**Fuente:** <http://www.sli-deshare.net/OliverOlivoBatista/las-terrenas-analisis-2016-taller-diseo-8>

**Figura 17 . Las Terrenas 2018**

**Fuente:** <https://www.lasterrenasrealestate.com/fr/appartements-las-terrenas/>

del nombre proviene de la palabra de origen francés La Terrienne que al español se traduce en "La Terrateniente".

Se estima la llegada de europeos en Las Terrenas, en especial los franceses, a partir de los 80 y provenientes de las Antillas Francesas, sobre todo de Martinica y Guadalupe, además del propio país. Dicha emigración europea impactó drásticamente en el desarrollo inmobiliario turístico y urbano de la región. El inicio se produjo con la inauguración en 1975 del Hotel Tropic Banana por un desarrollador de origen francés, fueron las primeras ocho ha-



bitaciones con destino turístico, en lo que aquel entonces era un pueblo de pescadores y agricultores, carentes de una infraestructura de servicios.

Los franceses a diferencia de los residentes nacionales, que construyeron sistemáticamente sus viviendas cerca de las playas y al borde de las carreteras, tomaron ventaja de las vistas al mar otorgadas por la topografía irregular de la península. Muestra de ello es la denominación de la actual "Loma de François", en la cual dicho propietario decide construir una de las primeras edificaciones des-



tinada a la residencia de extrajeras en la ciudad.

Las Terrenas, es una muestra de la existencia de una comunidad extranjera en el país a pesar de desconocerse si sus motivos son por retiro y como a pesar del bajo nivel de desarrollo en su infraestructura de servicio, prevalece el potencial de los recursos naturales y la baja densidad poblacional.





### 1.3 FODA

#### Análisis Internos: Fortalezas y Debilidades

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Costa Rica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocimiento Internacional (alta tasa de turismo).</li> <li>- Buenas Instituciones de Salud.</li> <li>- Localidades con comunidades de expatriados consolidadas.</li> <li>- Clima invariable, variaciones mínimas estacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eliminación de incentivos fiscales (1992).</li> <li>- No posee programa de descuentos que disminuya costo de vida.</li> <li>- No acuerdo con Programa de Seguridad Social de otros países.</li> </ul>
México	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Condición geográfica estratégica (limitando al norte con los Estados Unidos).</li> <li>- Referencia internacionalmente conocida como destino de retirados.</li> <li>- Creación de marca-país para este segmento.</li> <li>- País de Latinoamérica con mayor ingreso de turistas.</li> <li>- Clima invariable, variaciones mínimas estacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alto nivel de inseguridad y violencia.</li> <li>- Desconfianza del consumidor hacia las inmobiliarias locales (en consecuencia, gran cantidad de inmobiliaria transnacionales).</li> </ul>
Panamá	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocimiento Internacional (canal fronterizo comercial importante).</li> <li>- Programa general de descuentos para Jubilados</li> <li>- Economía Dolarizada</li> <li>- Buena Infraestructura de Salud</li> <li>- Ley de incentivos fiscales para personas pensionadas de fuentes extranjeras.</li> <li>- Permiso de Residencia al comprar una propiedad Inmobiliaria</li> <li>- Clima invariable, variaciones mínimas estacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento del costo del terreno en zonas turísticas por alto nivel de especulación.</li> </ul>
República Dominicana	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocimiento Internacional (País con mayor tasa de turismo en el Caribe).</li> <li>- Buena infraestructura de comunicación (aeropuertos y puertos).</li> <li>- Ley de incentivos fiscales para personas pensionadas de fuentes extranjeras.</li> <li>- Costo de vida competitivo comparativamente con los diferentes países beneficiados.</li> <li>- Valor de propiedades Inmobiliarias y rentas, bajo en comparación a las competencias.</li> <li>- Clima invariable, variaciones mínimas estacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No cuenta con comunidad de expatriados consolidados.</li> <li>- No existe programa de descuentos que disminuyan costo de vida.</li> <li>- Alto nivel de competitividad con otros países con mayor trayectoria en la atracción del segmento de jubilados.</li> </ul>



## Análisis Externos: Oportunidades y Amenazas

Costa Rica México Panamá República Dominicana	<b>OPORTUNIDADES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Debido al crecimiento paulatino del turismo, amplía su marco de captación de futuros clientes.</li> <li>- Desarrollo de proyectos con exclusividad al segmento de jubilados aumentarían el nivel de inversionistas en el desarrollo de turismo residencial, en caso de la República Dominicana, que es un nicho poco abarcado serviría de herramienta para la atracción y consolidación de dicho segmento.</li> <li>- Transformaciones de localidades suburbanas mediante la inversión a la infraestructura.</li> <li>- En el caso de la República Dominicana que es un nicho no abarcado, el boom del turismo en los últimos años serviría de plataforma de impulso para la promoción y desarrollo de la creación de marca-país como destino de retiro para los jubilados extranjeros.</li> </ul>
	<b>AMENAZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Debido al alto desarrollo del turismo residencial del sector inmobiliario en todo el país podría significar un rápido agotamiento del territorio de mayor valor turístico.</li> <li>- Rápido encarecimiento del suelo por altos niveles especulativos.</li> <li>- El enfoque de las segundas residencias a un mercado eminentemente extranjero podría producir un alto nivel de enajenación del territorio y desplazar a la población local.</li> <li>- Explotamiento insostenible de los recursos naturales por poca prácticas sustentables e exigencias legales.</li> </ul>

Para el desarrollo de los proyectos turísticos inmobiliarios dirigido a segmento de jubilados, es de suma importancia la orientación de la estructura del marco jurídico y legal dirigido al público extranjero, no solo aquellas que afectan al mercado inmobiliario, sino también a las facilidades en las políticas migratorias para dicho segmento. Según los referentes analizados los países latinoamericanos con mayor nivel de consolidación de comunidades de expatriados son aquellos que han desarrollado su marca-país para dicho segmento a través de las modificaciones en sus políticas, reforzado con otras herramientas como el aumento de la oferta inmobiliaria turística exclusiva para personas extranjeras en retiro y la campaña publicitaria del país, entre otros.

Por lo que es prescindible estudiar y analizar toda la estructura legal que afecta la compra de un inmueble de parte de una persona extranjera en la República Dominicana y las leyes específicas creadas para el grupo estudiado en particular.

JUAN

REST CITY  
DOMINICAN REPUBLIC



DOLIO



LEGISLACIÓN INMOBILIARIA EN LA REPÚBLICA DOMINICANA



## 2.1 LEGISLACIÓN INMOBILIARIA DOMINICANA

La intervención norteamericana en territorio dominicano durante el período 1916-1924 causó importantes reformas en diversas áreas, en el área de la salud, la educación y en materia inmobiliaria. En este último, se destaca la implantación del sistema Torrens de registro inmobiliario, el cual a través de los años y con modificaciones de diversas leyes, incluida la actual Ley 108-05 de Registro Inmobiliario del veinte y tres (23) de marzo de 2005 (modificada por la Ley No. 51-07 de fecha veinte y tres (23) de abril de 2007), aún se mantiene vigente. Ley que tiene como fundamento que todo inmueble se declara propiedad del Estado y sólo es propietario distinto aquél que tiene un derecho registrado en el libro de registro.

En virtud de la Ley, se considera como inmueble registrado toda parcela o superficie de terreno, con todo lo edificado y adherido al suelo, individualizado mediante un plano de mensura con una designación catastral, sobre el que existe un derecho de propiedad registrado en los Registros de Títulos.

La estructura encargada de la legislación inmobiliaria está compuesta por los Tribunales de Tierras que manejan la parte judicial, el Registro de Títulos que conforma el registro de los derechos inmobiliarios y la Dirección de Mensuras Catastrales, encargada de la medición y el catastro de los inmuebles.

La propiedad inmobiliaria, se encuentra amparada en el certificado de título, el cual es un instrumento legal sustentado en una mensura que constituye por sí mismo la acreditación de dicho derecho y convalida la información que contiene, respecto al inmueble y respecto al propietario.

En cuanto, al proceso de compra del inmueble se resume en los siguientes pasos:

—Evaluación preliminar del inmueble. Se recomienda analizar y exigir los antecedentes legales del inmueble, con la finalidad de confirmar su legibilidad, comprobar que no se detecten anotaciones, cargas, gravámenes en la propiedad. Por lo que se debe solicitar al propietario o vendedor, el certificado de título correspondiente,

planos deslindados, en caso de que corresponde, recibos históricos que confirmen el cumplimiento de los tributos y de la misma forma solicitar al Registro de Títulos un histórico de la propiedad.

—Promesa de compraventa. Generalmente en este contrato el comprador entrega un porcentaje del monto total de la propiedad en modo de asegurar la operación de compraventa definitiva, en la República Dominicana se acostumbra a pagar entre un 10% y un 20% del precio de la venta. No obstante, de no materializarse esta última por decisión del comprador, dicho avance de pago quedará a favor del vendedor; si por el contrario es por decisión del vendedor, éste deberá devolver al comprador el doble del valor recibido de acuerdo con el Código Civil Dominicano, salvo que las partes dispongan lo contrario.

—El contrato definitivo de venta: Al igual que la promesa u opción, es suscrito ante un notario. Este contrato tiene como objetivo el traspaso de la totalidad de los derechos y el goce de propiedad sobre el inmueble en venta.



—Determinación y pago de los impuestos de transferencia y registro: El contrato definitivo de venta debe depositarse en la Dirección General de Impuestos Internos (DGII), a fin de solicitar la tasación del inmueble comprado.

—Inscripción de la compraventa en el Registro de Títulos: Obtenida la tasación de la propiedad por la DGII y pagados los impuestos de transferencia, el contrato definitivo de venta y el certificado de título de la propiedad vendida se deberán depositar, juntamente con la documentación otorgada por la DGII.

—Expedición del certificado de título: Una vez inscrita la compraventa en el Registro de Títulos correspondiente, se expide un nuevo certificado de título a nombre del comprador y se anula el certificado emitido con anterioridad al vendedor. Este se debe gestionar desde el momento de la compraventa, ya que puede tomar varios meses, dependiendo del caso y del registro que lo gestione.

La estructura legislativa en la República Dominicana, no es muy distintas a otros países. No obstante, el país presenta deficiencias en cuanto el registro de tierras rurales, originando una informalidad en el mercado y desconfianza del inversor. Por otro lado, entre las irregularidades que se presentan en la Jurisdicción Inmobiliaria se encuentran la duplicidad y falsificación de títulos, sobreposición de propiedades, siendo hechos graves que afectan los niveles de inversión. Además, de ello se agrega la problemática de la tardanza en la emisión de títulos, causando la interrupción del desarrollo de nuevos proyectos inmobiliarios, por lo que el sistema demanda una modernización en toda su estructura, con la finalidad de agilizar y transparentar las operaciones.

## 2.2 TRIBUTACIÓN INMOBILIARIA

La adquisición de un inmueble es una actividad tributable internacionalmente, incidiendo dos hechos importantes para el gravame de los impuestos: los impuestos relacionados a la operación de la compraventa del inmueble y los impuestos generados por la posesión, que inciden en el patrimonio del comprador. La Dirección General de Impuestos Internos (DGII), es la institución encargada de administrar los impuestos a nivel nacional, teniendo la obligación de recaudar y hacer cumplir las leyes y normativas tributarias.

Entre los impuestos imputables que afecta a la adquisición de un bien inmobiliario, son los siguientes:

### 2.2.1 IMPUESTO POR TRANSFERENCIA

Dicha imputación tributaria se efectúa para inmuebles que no estén acogidos por la Ley 158-01 de Incentivo Turístico y en la actualidad el monto por transferencia asciende a un tres por ciento (3%) del monto de la transacción total, tomando como base imputable el mayor valor resultante entre la tasación realizada por la

Dirección General de Impuestos Internos del inmueble en estudio y el valor expresado en el contrato (valor de mercado). El impuesto de transferencia indicado deberá ser pagado dentro del plazo de seis (6) meses contados a partir del momento en que se hubiese perfeccionado el contrato. En caso de ninguna respuesta dentro de este plazo, la operación de transferencia estará afectada de recargos e intereses establecidos en el Código Tributario Dominicano.

### 2.2.2 IMPUESTO POR REGISTRO DE OTRAS OPERACIONES INMOBILIARIAS

Según lo establecido por el Reglamento de Registro de Títulos, la persona que figura como registrador de título debe presentarse dentro de un plazo no mayor de cuarenta y cinco (45) días hábiles contados a partir de la fecha de recepción de las solicitudes que le son sometidas al Registro de Títulos, incluida la solicitud de transferencia de un inmueble y posterior emisión del certificado de título.

En cuanto a cualquier otra operación inmobiliaria que no sean transferencias, hipotecas y privilegios, para su inscripción en el Registro de Títulos, deberán pagar el dos ciento (2%) del monto, debiendo cumplir el mismo plazo establecido para el ingreso de las transferencias en el Registro de Títulos.

### 2.2.3 IMPUESTO AL PATRIMONIO INMOBILIARIO (IPI)

El Impuesto al Patrimonio Inmobiliario (IPI) tiene su origen en la Ley No. 18-88 sobre el Impuesto de la Vivienda Suntuaria y Solares Urbanos No Edificados (IVSS), modificada por la Ley No. 253-12. Es un impuesto que se paga anualmente, y que es aplicado sobre la suma total del patrimonio inmobiliario de las personas físicas, cuyo valor sea mayor de siete millones ciento treinta y ocho mil trescientos ochenta y cuatro (7, 138,384.80), monto establecido en el 2018, pues varía anualmente por la inflación. No obstante, la tasa equivale al uno por ciento (1%) y es aplicado sobre el excedente del monto establecido, en el caso de fideicomisos se aplica el mismo porcentaje sobre el valor del inmueble. También aplica sobre los establecimientos comerciales, profesionales e industriales,

siempre que sean propiedad de las personas físicas.

Conforme a lo descrito por la DGII, se encuentran exentos del pago de este impuesto:

- La vivienda (y el terreno sobre el cual se encuentra edificada) perteneciente a personas mayores de 65 años, siempre y este constituya el único patrimonio inmobiliario de su propietario.
- Personas pensionistas y rentistas de fuente extranjera en un 50%.
- Los terrenos rurales.
- Inmuebles de uso agropecuario ubicados sobre terrenos rurales.
- Todos los inmuebles que aun pudiendo ser alcanzado por el impuesto, su valor conjunto sea igual o inferior al monto establecido.

El impuesto debe ser pagado anualmente y ser declarados en los primeros sesenta (60) días del año. El monto total resultante, es dividido en dos cuotas, la primera vence el día 11 del mes de marzo y la segunda el día 11 de septiembre.

### 2.2.4 IMPUESTO SOBRE ACTIVOS

Conforme la Ley 557-05 de Reforma Tributaria, se establece como obligación de toda persona jurídica ya sea con operaciones o no y de personas físicas con negocios de único dueño, debe hacer una declaración anual del monto total de activos o bienes que posee, incluyendo evidentemente los inmuebles. La persona física deberá igualmente pagar el Impuesto sobre activos, equivalente al 1% del monto de la totalidad de activos. A fines de que el Registro de Títulos ejecute la transferencia de un inmueble propiedad de una persona jurídica, es necesario que la Dirección General de Impuestos Internos expida una certificación estableciendo que esa persona moral se encuentra al día en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.

Aquellas personas jurídicas que se encuentren totalmente exentas del pago del Impuesto Sobre la Renta (ISR), quedan también liberadas del pago de este impuesto.

### 2.3 LEY NO. 16-95 SOBRE INVERSIÓN EXTRANJERA

La República Dominicana a través de los años ha potenciado sus relaciones comerciales con distintos países y a su vez ha incentivado la inversión extranjera mediante diversas estrategias apoyadas fundamentalmente en su marco legal. En América Latina y el Caribe, la inversión extranjera directa (IED) en el Caribe aumentó un 3,3% en 2016 y totalizó 4.878 millones de dólares. El mayor receptor de inversiones fue la República Dominicana, que concentró el 49% de la IED de la subregión, en la cual Estados Unidos y Canadá se mantuvieron con los inversionistas principales (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2017).

Conforme al informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas (CEPAL) del 2017, afirma que:

La inversión extranjera directa en la República Dominicana ha mostrado una tendencia creciente a lo largo de la última década. En 2016 aumentó un 9,2% y llegó a 2.407 millones de dólares, valor

que posiciona al país como el noveno receptor de América Latina y el Caribe. Más de la mitad de la IED correspondió a reinversión de utilidades (55%), mientras que el ingreso de nuevo capital representó el 40% y se mantuvo en un nivel similar al de 2015 (cayó un 0,6%). Los sectores de turismo e inmobiliario concentraron más de la mitad de las inversiones (un 33% y un 24%, respectivamente), mientras que, después de tres años de marcado descenso, se recuperaron las inversiones en minería (un 17% del total) y comercio e industria (13%) (P. 75).

El marco legal de República Dominicana establece el principio de igualdad de trato con las inversiones nacionales y extranjeras. Existiendo restricciones para áreas como la minería, aviación, proyectos de salud y farmacias. Para la promoción y canalización de las inversiones extranjeras al país, se creó el Centro de Exportaciones e Inversión (CEI-RD). El registro de inversión en el CEI-RD no posee obligatoriedad, los inversionistas extranjeros tienen la posibilidad de remesar sus utilidades y repatriar su capital, siempre que hayan cumplido los compromisos tributarios correspondientes.

La República Dominicana ha sostenido una política activa de relaciones comerciales multilaterales, estableciendo diversos acuerdos de libre comercio, así como tratados bilaterales de inversión con Argentina, Chile, Corea del Sur, España, Finlandia, Francia, Italia, Marruecos, Panamá, República de China (Taiwán), Reino de los Países Bajos, Suiza, al mismo tiempo, ha firmado tratados para evitar la doble imposición con Canadá y España.

El marco legal que regula las inversiones extranjeras es la Ley No. 16-95 sobre Inversión Extranjera, promulgada en fecha veinte (20) de noviembre de 1995 y su reglamento de aplicación contenido en el Decreto 214-04 de fecha once (11) de marzo de 2004.

La Ley No. 16-95, posee dos nociones centrales como principios básicos, la primera se relaciona con el reconocimiento por parte del Estado Dominicano a que la inversión extranjera y el cambio de tecnológico contribuyen al crecimiento económico y al desarrollo social del país y la segunda, es que los inversionistas extranjeros y nacionales comparten derechos y deberes similares, lo cual implica que bajo la Ley de Inversión Extranjera Dominicana, recibirán un



trato igual o neutral en comparación a las inversiones locales.

El Artículo 3 de la Ley No. 16-95 estipula que la inversión extranjera puede ser realizada de distintas formas, en las que se incluye:

- a) Inversiones en el capital de una empresa existente o no dominicana; siendo representada en acciones nominativas.
- b) Las inversiones de bienes inmuebles ubicados en el país.
- c) En las inversiones destinadas a la adquisición de activos financieros, de conformidad con las normas generales que dicten sobre la materia las autoridades monetarias.

Por lo que la ley ha influido claramente en el desarrollo inmobiliario del país, tanto los productos turísticos, como infraestructura de destinos diversos. A través del tiempo la República Dominicana, aumenta sus niveles de apertura al comercio internacional a través de las reformas legislativas y acuerdos bilaterales comerciales.

## 2.4 ADQUISICIÓN DE PROPIEDAD INMOBILIARIA POR EXTRANJEROS

La compra de inmuebles o derecho inmobiliario en el país por parte de personas extranjeras no tiene ninguna condición especial, aplicándose las mismas condiciones que a un adquirente nacional, solo que, a diferencia de un dominicano adquirente, como persona natural, deberán poseer un número de Registro Nacional del Contribuyente (RNC) para poseer una propiedad a su favor, con la finalidad de que se haga cumplimiento con el pago de los impuestos exigidos a nivel nacional.

Al mismo tiempo, los extranjeros también pueden heredar sin restricciones inmuebles en el país. Sin embargo, si no son residentes, los impuestos sucesorios se ven aumentados en un 50% ciento sobre lo que pagaría un residente. Además, la sucesión de bienes inmuebles radicados en la República Dominicana está sujeta a una reserva hereditaria obligatoria en provecho de los hijos de la persona fallecida. Por ejemplo, un extranjero con un hijo debe reservar a su heredero el cincuenta por ciento de su patrimonio

inmobiliario poseído en República Dominicana sin importar que la ley de su país de nacionalidad, o el testamento, establezcan otra cosa (Oficina económica y comercial de España en Santo Domingo, 2017).

Un estudio del Banco Mundial y Doing Business en 2015, describió las facilidades y garantías que ofrece el país en cuanto inversionistas extranjeros. Agregando el factor de la obtención de financiamiento de parte de una entidad bancaria nacional a una persona no residente, teniendo también los mismos requerimientos que para su persona dominicana, a excepción de otros documentos complementarios, como:

- Copia clara del pasaporte, de su tarjeta de residencia, el seguro social y licencia de manejar.
- Ultimo income tax, certificado por IRS.
- Carta de autorización para solicitar referencias de crédito en el exterior.
- Pagar cuota costo de la revisión del Buró Internacional.
- Abrir cuenta en la moneda del desembolso a nombre del so-

licitante o su apoderado legal para el cobro automatizado.

- Extranjero residente en Europa, además, carta referencia y estados cuenta del banco en el exterior.

Dado las irregularidades que en ocasiones se pueden presentar en el país se recomienda asistencia de un abogado y notario certificado para la evaluación previa del inmueble, en algunos casos muchos recurren al pago de un seguro de título. No obstante, estas irregularidades generalmente ocurren en predios suburbanos o cuando se compra a un vendedor independiente en lugar de una empresa inmobiliaria.

## **2.5 BENEFICIOS DE LA LEY 158-01 DE INCENTIVO TURÍSTICO**

El desarrollo de la industria del turismo en la República Dominicana, a pesar de los recursos naturales que posee, ha sido impulsado en gran parte a través de las transformaciones en su marco legal que han promocionado el país como destino de inversión otorgando beneficios fiscales atractivos. En su versión original, la Ley No. 158-01 de Fomento al Desarrollo Turístico para los polos de

escaso desarrollo y nuevos polos en provincias y localidades de gran potencialidad, de fecha nueve (9) de octubre de 2001 y sus modificaciones, constituyó el instrumento legislativo adoptado por el Estado Dominicano para promover el otorgamiento de incentivos fiscales para la realización de actividades turísticas, enfocadas principalmente en determinadas zonas del país con gran potencial turístico aún no desarrollado (Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR), 2016). No obstante, el veinte (20) de diciembre del 2013 la Ley No. 195-13 modificó la Ley No. 158-01, ampliando sus beneficios a todos los polos turísticos nacionales declarados por la ley.

Dicha modificación no solo amplió su área de cobertura, si no que aumento el período de exención fiscal otorgado a las empresas dedicadas a las actividades turísticas estipulado a 15 años, a partir de la finalización de las obras correspondientes a estos incentivos. De la misma forma, la reformada ley también reconoce aquellas cadenas hoteleras que operan en el país hace más de quince (15) años y realicen remodelaciones que sobre pase el 50% de sus instalaciones, siempre y cuando el destino final sea dedicado al

hotelería.

Las actividades turísticas para acogerse a los beneficios que describe la ley son las siguientes:

- Hoteles
- Centros de convenciones. De manera general infraestructura dedicada a espectáculos y actividades turístico-culturales.
- Promoción de cruceros. Empresas dedicadas a la realización de cruceros que tengan como puerto de origen o desembarque, cualesquiera de los puertos especificados por la misma ley.
- Parques
- Infraestructura marítima. Desarrollo y operación de infraestructura portuaria y marítima destinados al servicio turístico.
- Infraestructura turística. Construcción de equipamiento turístico, como acuarios, restaurantes, museos, campos de golf, entre otras
- Empresas que dependen del turismo. La ley describe a aquellas pequeñas y medianas empresas que se sustentan del mercado

turístico, como es el caso de la venta de artesanía.

- Infraestructura de servicios básicos. Empresas que desarrollen infraestructura de servicios básicos para apoyo de la industria turística.

En virtud de lo dicho, el ámbito de aplicación de la ley es amplio, las empresas que se acojan a la ley con la finalidad de potenciar el desarrollo de los polos turísticos existentes en el país y sean aprobadas por CONFOTUR, gozarán de la exoneración del cien por ciento (100%) de los siguientes pagos e impuestos:

1. Impuesto sobre la renta (ISR).
2. Impuestos por constitución de sociedades y aumentos de capital.
3. Impuestos por transferencia sobre derechos inmobiliarios, tales como ventas, permutas o aportes en naturaleza.
4. Impuesto sobre la propiedad Inmobiliaria (IPI).
5. Tasas, derechos y cuotas por confección de los planos, de los estudios, consultorías, supervisión y construcción de obras a ser ejecutadas en un proyecto aprobado, en favor de los con-

tratistas encargados de la ejecución de las obras.

6. Impuesto sobre la Transferencia de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS) y otros impuestos que fueren aplicables sobre las maquinarias, equipos, materiales, y bienes muebles que sean necesarios para la modernización, mejoramiento y renovación de dichas instalaciones, siempre que tengan un mínimo de cinco (5) años de construidas.

Sin embargo, para la obtención de todos los beneficios ya citados es necesario el sometimiento para la aprobación de los mismos, los cuales deben tener el cumplimiento de todos los requisitos técnicos, ambientales establecidas en la República Dominicana. Las principales autoridades encargadas para el desarrollo de los mismos son: los Ayuntamientos municipales, Departamento Ministerio de Medio Ambiente, Técnico del Ministerio de Turismo (DPP), y Recursos Naturales (MIMARENA) y Ministerio de Hacienda, para los fines de ser evaluados por el Consejo de Fomento Turístico CONFOTUR. En cuanto a las autorizaciones de nivel estas son otorgadas por el Ministerio de Turismo (MITUR) y se solicitan a través de la Oficina Técnica de Planeación y Proyectos (DPP).

Dado el plazo de tiempo que puede demorar el trámite, es posible establecer una clasificación provisional, obtenida por una evaluación preliminar del CONFOTUR, otorgando los beneficios y exenciones fiscales para la creación de la compañía y aumento de capital, cuyo documento es emitido por la Dirección General de Impuestos Internos (DGI), siendo otorgado por un periodo de doce (12) meses, fase durante la cual debe solicitarse la Clasificación Definitiva, sin embargo, también se otorga la posibilidad de solicitar una extensión a este período por doce (12) meses adicionales, de acuerdo a lo establecido mediante la Resolución No. 44-2011.

La Ley 158-01 de incentivo turístico, ha sido un evidente catalizador del turismo en los polos declarados, en sus inicios se limitó a favorecer los polos turísticos que poseían menor nivel de desarrollo, actualmente abarca todos los polos del país, si bien aumenta la inversión turística a nivel nacional, continúa favoreciendo las localidades de mayor desarrollo turístico del país como es el caso de Punta Cana, mientras que aquellas que no tuvieron iniciativas de desarrollo permanecerán menor grado de inversión.

## **2.6 LEY 171-07 SOBRE INCENTIVOS ESPECIALES A LOS PENSIONADOS Y RENTISTAS DE FUENTE EXTRANJERA.**

A través del tiempo el flujo de inversiones extranjeras y del turismo en la República Dominicana han ido en aumento, originado la llegada de personas extranjeras con estadías de periodos de tiempo más duraderas por diversos motivos. Por lo que, por dichos motivos, enlazados con el aporte de capital que contribuye la entrada de dichos turistas al país, ha llevado a que el gobierno dominicano integre en sus políticas incentivos para la atracción de este segmento.

El principio del trato nacional se encuentra establecido en la Ley No. 16-95 sobre Inversión Extranjera anteriormente descrita, dicha ley engloba los aspectos más relevantes en cuanto a estimulación se refiere para la atracción de aporte capital extranjero en el país, no obstante, posteriormente en el 2007 se promulgó la Ley 171-01, sobre incentivos especiales a los pensionados y rentistas de fuente extranjera, con la finalidad de incentivar a los extranjeros a elegir a la República Dominicana como destino de residencia de retiro.



Dicha ley considera como pensionados o jubilados, tanto extranjeros o como dominicanos, siempre que hayan residido permanentemente en un periodo no menor a diez años en el exterior, que son beneficiarias de una renta mensual proveniente de una pensión o jubilación de fuente extranjera. De la misma manera define el concepto de renta, como a todo capital generado de intereses, dividendos o cualquier otro tipo de renta siempre que el ingreso principal haya sido generado lícitamente en el extranjero.

Si bien el párrafo II del artículo 270 del Código Tributario describe que todo extranjero que permanezca en el país por un periodo mayor a seis meses en un período anual será considerado residente para fines tributarios, existe la posibilidad del extranjero acogerse a la categoría especial de Residente por Inversión, la cual establece los siguientes beneficios:

- Exoneración de pago del impuesto del 3% por concepto del impuesto de transferencia inmobiliaria establecido mediante la ley 173-07 de eficiencia recaudatoria, únicamente aplicable a la primera vivienda del adquirente. No obstante, al no implantarse la

obligación de que la compra de la primera vivienda se adquiera con fondos provenientes del extranjero, queda en juicio si la exención del 3% de impuesto por transferencia inmobiliaria es aplicable, en caso de que el extranjero adquiera la primera propiedad con asistencia de un préstamo.

- Liberación de pago del 50% de los impuestos sobre registro de documentos del inmueble, incluyendo el 2% sobre inscripción de hipotecas también implementado bajo la ley 173-07.

- Exoneración de impuestos sobre la importación de las pertenencias del hogar dispuesto en la ley 14-93.

- Liberación de pago de impuestos de importación para los vehículos de motor de los extranjeros que fijarán su residencia definitiva en el país, instaurado mediante la ley 168-67. No obstante los vehículos favorecidos por la ley no podrán ser traspasados ni vendidos a terceros en periodo de cinco años a partir de su recepción al país, a menos de que se paguen los impuestos exigidos. En el caso de que el beneficiario decida comprar el vehículo de motor

en territorio nacional tendrá una exención del pago del Impuesto de Transferencia de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS) y del Impuesto Selectivo al Consumo (ISC).

- Exención del 50% del valor del Impuesto al Patrimonio Inmobiliario (IPI) cuando este aplique.

- Exención del 50% del Impuesto sobre Ganancia de Capital, siempre y cuando se cumpla la condición de que el rentista sea el accionista mayoritario de la compañía que este bajo la imputación tributaria de este impuesto y que dicha sociedad no se dedique a las actividades comerciales o industriales.

Para la finalidad de beneficiarse con la residencia por inversión y beneficiarse de las ventajas fiscales mencionadas de la ley, el interesado deberá justificar sus ingresos fijos mensuales a un monto no menor de mil quinientos dólares americanos (US \$1,500) y el rentista deberá percibir una suma correspondiente a dos mil dólares (US \$2,000) o su equivalente en moneda nacional.

Al momento de solicitar a la Dirección General de Impuestos

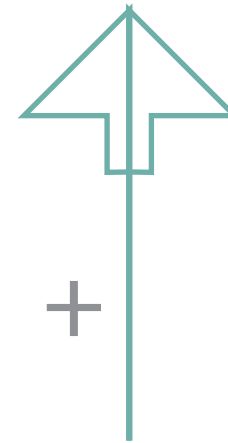
Internos (DGII) el gozo de las exenciones mencionadas, conforme al artículo 1 del decreto 162-11, la Dirección de Política Tributaria del Ministerio de Hacienda deberá emitir su opinión favorable. Por otro lado, todo aquel beneficiado por la presente ley podrá realizar de manera lícita labores remuneradas, sin embargo, dicha renta percibida estará sujeta a la retención para el pago de los impuestos correspondientes.

En cuanto a la autorización de residencia por inversión, podrán aplicar por este permiso tanto el beneficiario de la ley, así como también su cónyuge e hijos menores de dieciocho (18) años y de estado civil solteros, mayores de edad que posean alguna discapacidad o personas mayores que justifiquen el curso de una carrera universitaria y sean dependientes económicos del solicitante. Por otro lado, en caso del fallecimiento del solicitante principal, los derechos adquiridos serán adjudicados al conyugue u otro dependiente siempre y cuando cumpla con lo establecido en los artículos tres (3), cinco (5) y seis (6) de la ley, referentes al monto mínimo de la pensión o renta mensual.

## 2.7 CONCLUSIÓN

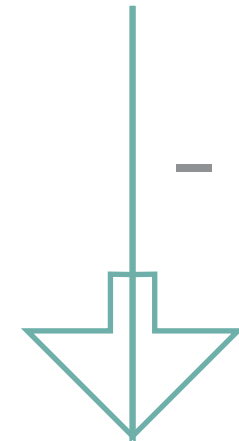
De modo que pese que actualmente la República Dominicana posee una ley en el país orientada a la atracción de jubilados extranjeros, no obstante, en modo de resumen, la ley se encuentra orientada principalmente a la otorgación de beneficios tributarios, no es un programa integrado que incluya beneficios en otras áreas importantes y relevantes, como es la salud o los servicios básicos de la vivienda como en el caso de Panamá, siendo poco eficiente como consecuencia, ya que en este tipo de segmento se hace presente la competencia internacional inmediata, por lo que evidentemente hay que hacer mejoras con miradas a otros destinos que tienen el segmento ya instaurado, se recuerda el hecho de que el país es un destino relativamente nuevo en la incursión de este nicho en comparación a otros países que poseen trayectoria más definida y reconocida internacionalmente en el desarrollo de turismo residencial para pensionados extranjeros, por lo que crea la necesidad que el mercado cree bases más integradas y eficientes en relación a la competitividad de los mercados internacionales.

Podemos sintetizar las dos ventajas y desventajas del sistema inmobiliario dominicano en los siguientes aspectos:



1. Leyes con incentivos fiscales que mejoran la rentabilidad de los proyectos turísticos
2. Beneficios tributarios a los acogidos bajo la ley de pensionistas y rentistas de fuentes extranjeras.

1. Se necesita regularizar el registro de títulos, para otorgar mayor nivel de confianza.
2. Un mayor nivel de beneficios y exenciones fiscales, debiese ir de la mano con un nivel mayor de exigencia en el desarrollo de proyectos.





ANÁLISIS DE GRUPO OBJETIVO

### 3.1 ANÁLISIS DEMOGRÁFICO DEL SEGMENTO BABYBOOMERS EN LOS ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ.

Dado que más del cincuenta por ciento de los turistas que recibe la República Dominicana provienen de América del Norte, patrón de migración que se repite en los países centroamericanos, resulta de gran importancia conocer los aspectos demográficos que ocurren en Estados Unidos y Canadá, con la finalidad de conocer la dimensión del segmento tratado. Con las presiones económicas que enfrenta la generación de los llamados baby boomers a causa de los elevados costos de los servicios de salud y la pérdida del poder adquisitivo debido a la recesión global, un creciente grupo de norteamericanos mayores de cincuenta años se encuentran considerando seriamente su reubicación fuera de los Estados Unidos para vivir durante su jubilación. Hoy en día, los estadounidenses cuentan con una gran variedad de opciones en el extranjero para vivir durante su retiro, incluyendo poblaciones en Panamá, Costa Rica, Belice, Ecuador y la República Dominicana. (Kiy & McEnany, 2010).

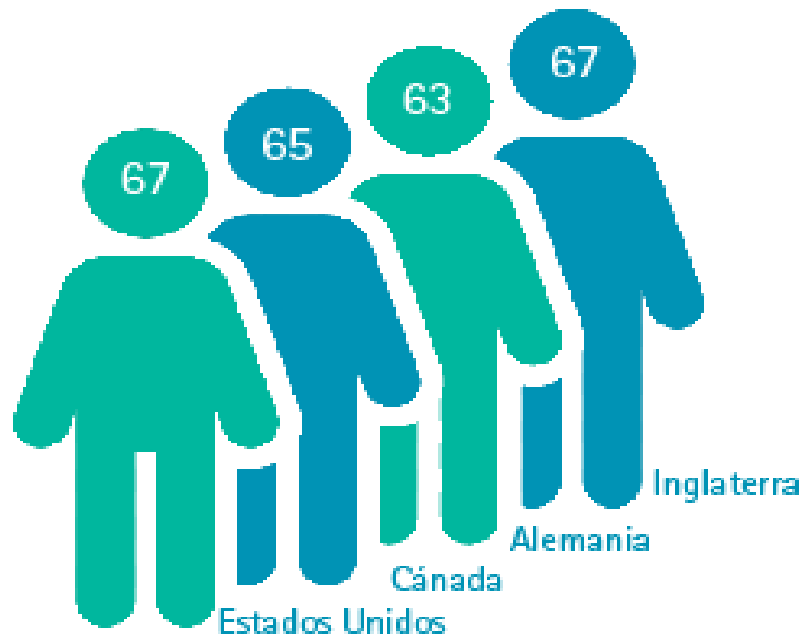
Según estudios de la Organización Mundial De La Salud (OMS), Estados Unidos y Canadá revelaron las cifras de esperanza de vidas más elevadas entre el 2025 y el 2050, con ochenta y tres (83) años para las mujeres y setenta y nueve (79) para los hombres.

Por otro lado, de acuerdo con las perspectivas publicadas por la oficina del Censo de EUA para el 2030, uno de cada cinco estadounidenses tendrán 65 años o más; en total, en este rango de edad habrá 76 millones de habitantes, más del doble respecto a los 31 millones que había en 2005. Hacia 2050, la población de 65 años o más representará casi 21%. Durante este período, el incremento anual promedio en este grupo de población será de aproximadamente un millón de estadounidenses (BBVA Bancomer, 2007).

En cambio, en Canadá se espera que, en 2020, el 18,1% de la población total canadiense sea de más de 65 años, en comparación con el 16% en 2015 ( Pro Chile, 2017). En la actualidad los rangos etarios entre 45-49 y 50-54 años son los que concentran la mayor cantidad de habitantes.



La edad de jubilación y solicitar los beneficios de Seguro Social en Estados Unidos es de mínimo sesenta y dos (62) años, pero en este caso, los beneficios recibidos serán inferiores, a diferencia de una persona que se jubile a los sesenta y siete (67) años, dado que sus beneficios son completos. Por otra parte, en Canadá, la edad de jubilación es de sesenta y cinco años (65), pero desde los sesenta (60) años, es elegible para recibir una pensión reducida. No obstante, no existe ley de obligatoriedad de jubilación, no se puede forzar a nadie a retirarse por su edad.

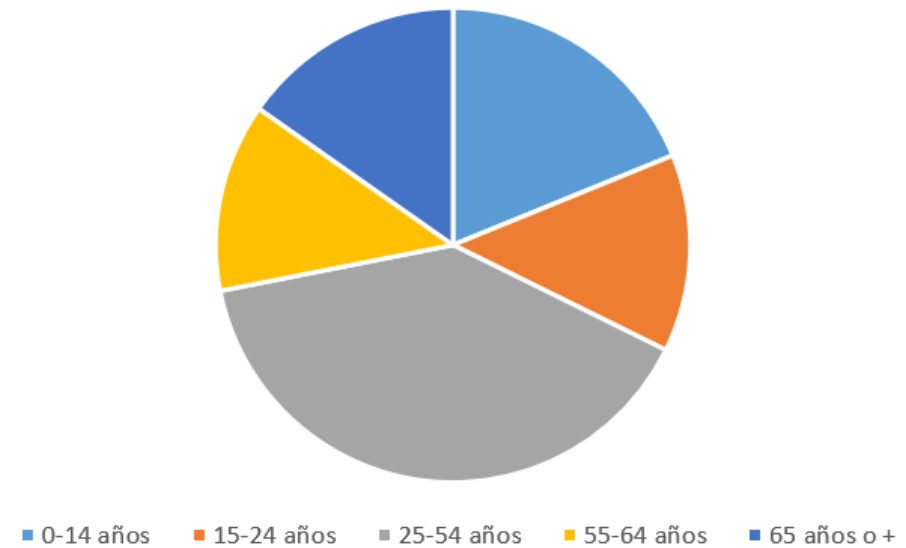


**Figura 18 .** Edades de jubilación completa en el principal mercado de turistas en República Dominicana.

**Fuente:** Elaboración propia.

Sin embargo, a nivel mundial, es evidente, debido a las mejoras en la calidad de vida y los avances en el área de la salud, que las personas a pesar de haber cumplido la edad y requisitos para solicitar la jubilación permanecen activas laboralmente, extendiéndose la edad a un aproximado de setenta años. Gran parte de

**Estados Unidos Distribución por edad, 2017**



**Figura 19 .** Estados Unidos Distribución por edad, 2017.

**Fuente:** [www.indexmundi.com/es/estados\\_unidos/distribucion\\_por\\_edad.html](http://www.indexmundi.com/es/estados_unidos/distribucion_por_edad.html)

recae en la disminución de la renta percibida por una persona tras su jubilación, que impacta en la calidad de vida en la cual están acostumbrados a vivir. Además de ello, dicho proceso conlleva un trabajo psicológico para el individuo, asociado al concepto de la identidad y a una etapa desprovista de propósitos.

En consecuencia, de lo expuesto, debido al crecimiento constante de dicha generación y su iniciativa de emigrar detonada por diversos motivos, resulta un segmento atractivo en diversas áreas, entre lo que toma importancia considerablemente el mercado inmobiliario.

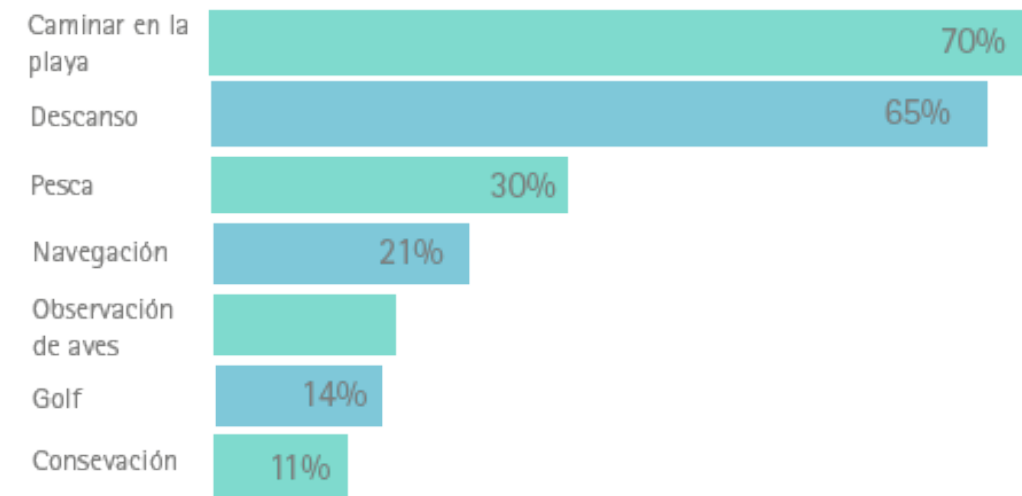
País	Adultos Mayores (millones)		
	2015	2050	Variación Anual
Estados Unidos	47.7	87.9	1.4%
Canadá	6.2	10.8	1.2%
España	11.1	19.6	1.3%
Alemania	17.3	21.4	0.5%
Francia	16.5	17.9	0.2%
Italia	13.1	19.0	0.8%
<b>Total</b>	<b>112.0</b>	<b>176.6</b>	<b>1.0%</b>

**Tabla 03 .** Variación de la población de adultos mayores.

**Fuente:** Presentación, República Dominicana Destino Optimo Mercado Retirados, 2015.

### 3.2 MOTIVOS Y NECESIDADES QUE CAUSAN LA EMIGRACIÓN DE LAS PERSONAS JUBILADAS.

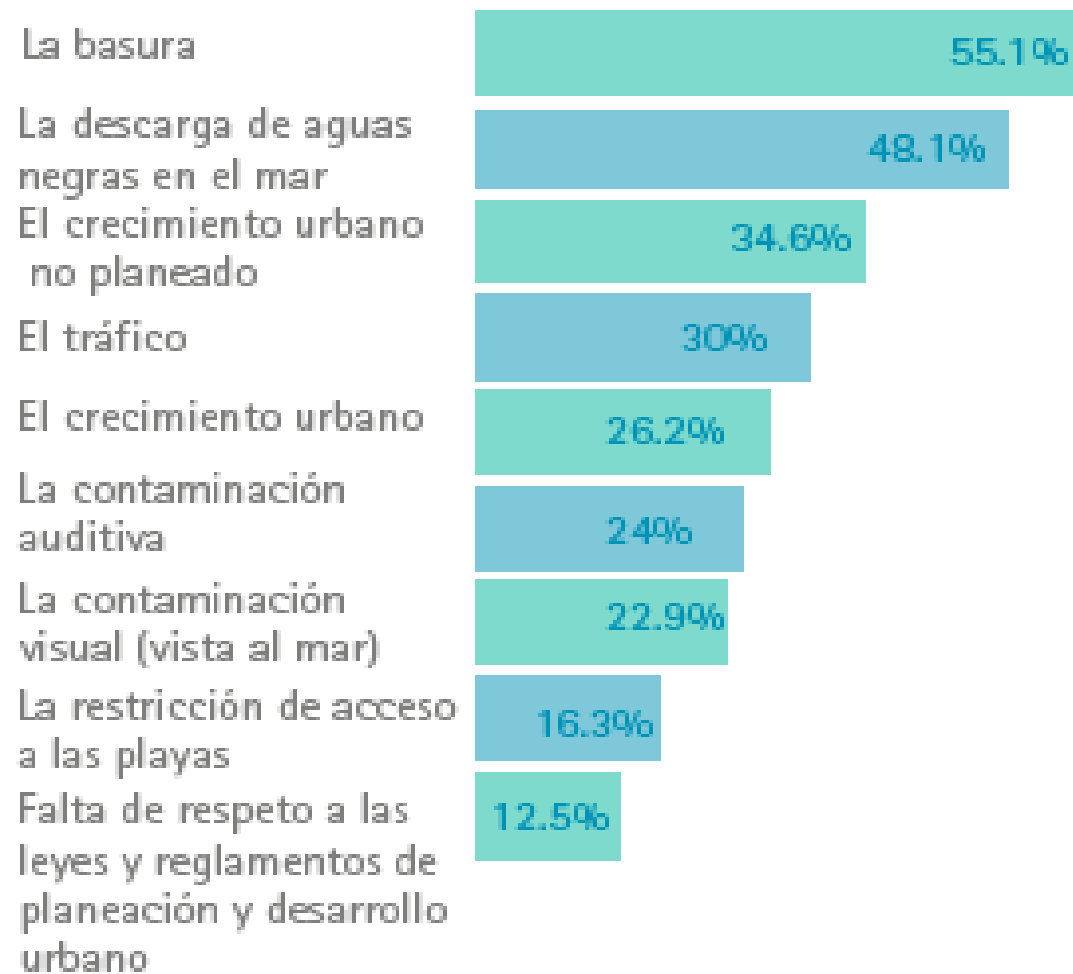
Desde un punto de vista académico y desde la perspectiva del turismo sobre la movilidad de personas mayores, el retiro de personas jubiladas a otros destinos, es la respuesta a estímulos anteriores a la edad de jubilación, fundamentados en las motivaciones turísticas básicas previas que condicionan su vida futura como jubilado residente, dicha suposición parte de la base en efecto, de la importancia de la experiencia previa de turista como factor crucial al momento de elegir las localidades. Entre los diversos aspectos que los retirados consideran para evaluar esta experiencia aparecen destacados la familiaridad proporcionada por experiencias ligadas al lugar de destino (Cuba y Longino, 1991), a medida que la edad aumenta, es necesario contar con un lugar conocido que aminore las incertidumbres (Romsa y Blenman, 1989). Por ello es muy poco probable que un país con bajo índice de turismo sea seleccionado como destino para el retiro.



Posiblemente la experiencia previa al destino en muchos casos

**Figura 20.** Actividades recreativas que han llevado a un grupo de jubilados extranjeros a las costas de México.

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de International Community Foundation, 2009



**Figura 21 .** Aspectos que le desagradan de vivir en las costas de México.

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de International Community Foundation, 2000

se conecta directamente con haber desarrollado una fidelidad al destino a través del turismo repetitivo. Por lo cual se podría definir al turista residencial como el resultado de un turista vacacional satisfecho y fidelizado (SOPDE, 1997,360)

El factor de mayor importancia, indudablemente es el clima. El clima es un componente esencial de la imagen turística, tal como lo ha sido para la República Dominicana. Una valoración de otras razones hace posible destacar que el clima es el referente, al que se le unen inmediatamente otras razones que tienen que ver con factores de atracción del lugar (medio ambiente, estilo de vida) y personales (el deseo de disfrute, la búsqueda de la tranquilidad, los problemas de salud) (Rodríguez, 2004). La presencia de un buen clima puede ser una de las mayores atracciones turísticas de un área: así lo demuestra la popularidad de algunos enclaves del Mediterráneo, del Caribe o del Pacífico o el éxito de algunas estaciones de deportes de invierno (Gómez Martín, B. 1999).

Como otro motivo fundamental para la emigración de jubilados extranjeros se ubica el factor económico, en Estados Unidos los

costos de los bienes raíces y los servicios médicos se están incrementando, y la capacidad de depender del Seguro Social y de las pensiones es cada vez menor. Aunado a esto, están las nuevas tecnologías de comunicaciones y transporte que hacen menos costosos los movimientos migratorios (Longino, 2001).

En términos generales, una de las variables a tener en cuenta es que en la mayoría de los casos la pensión de jubilación será menor que el salario en activo, en consecuencia, se produce una importante pérdida de ingresos, conocida como el déficit anual de las pensiones.

Tras la jubilación muchos de los gastos que se tenía en la fase activa laboral desaparecerán, como pueden ser todos aquellos relacionados con el trabajo, entre ellos transporte, pero que otros gastos pueden aumentar de forma significativa como son los gastos relacionados con la salud.

Por lo que la emigración a países que represente menores costos de vida es fundamental, una persona al retiro querrá mantener el

mismo estatus de calidad de vida por lo que difícilmente emigrará a un destino que no le proporcione dicha condición. Los movimientos migratorios tanto del sur hacia el norte, como de manera contraria en este caso son el resultado del desequilibrio en el siste-



**Figura 22 .** Percepción de estadounidenses ante efecto crisis.

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la presentación, República Dominicana Destino Optimo Mercado Retirados, 2015.

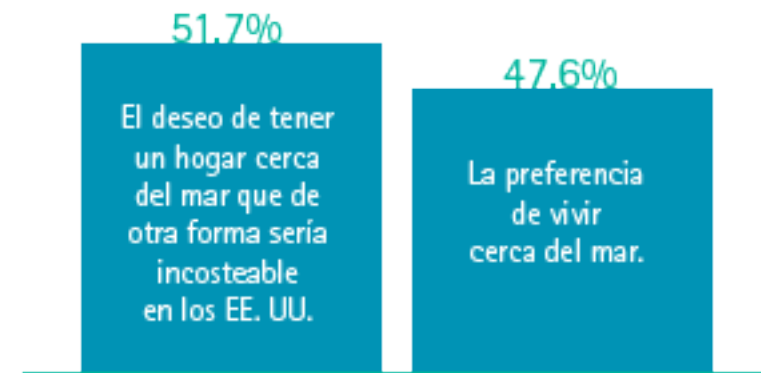


ma económico global. Por una parte, tenemos a los emigrantes de países en vías de desarrollo que se ven motivados a moverse hacia el norte por cuestión laboral. En otra mano, están los ciudadanos de países desarrollados que viajan hacia economías en proceso de maduración, pues su poder adquisitivo aumenta con sus pensiones traídas de aquellos países (2008, Lizárraga).

Un grupo de jubilados estadounidense encuestados eligieron a México para su retiro debido a su proximidad con los Estados Unidos y a sus bajos costos en comparación con otros destinos de retiro en los Estados Unidos. (Kiy Et McEnany , 2010). De aquellos que consideraron otras posibilidades para su retiro además de México, el 41% tomó en cuenta países en Centroamérica o el Caribe. Si la calidad de vida en México llegara a disminuir, las personas con posibilidades económicas podrían empezar a buscar opciones en otros países (Ibídem).

Por tanto, para mantener el mismo nivel de vida previo a la jubilación se hace necesario acumular una determinada cuantía de ahorro que permita compensar esa caída de ingresos, lo que en muchos casos no ocurre. Además, si se cumplen las previsiones

demográficas, la edad promedio de calidad de vida irá en aumento, lo que es un pronóstico positivo, pero al vivir más años, el déficit total de las pensiones cada vez será mayor, y en consecuencia las necesidades de ahorro también, haciendo que el panorama de emigración de personas de países desarrollados a países en vía de desarrollo sea más frecuente.



**Figura 23 .** Decisión por una comunidad en la costa mexicana contra otras opciones

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de International Community Foundation, 2009

Por otro lado, en más de un caso, los desarrollos inmobiliarios para este grupo de población se localizan en sitios prácticamente deshabitados hasta apenas unos años. Lo que abre la oportunidad a comunidades anteriormente aisladas, pero también supone retos importantes en términos de planificación y desarrollo urbano a mediano plazo.



**Figura 24 .** Motivos de emigración de los jubilados.

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos del informe República Dominicana: La nueva promesa para el Mercado de Jubilados, 2015

### 3.3 ANÁLISIS PLAN DE JUBILACIÓN ESTADOUNIDENSE

En Estados Unidos, al igual que en otros países las pensiones de las personas que se jubilan dependen fundamentalmente del ahorro privado. A diferencia de otros sistemas públicos de previsión de otros países desarrollados que ayudan a cubrir los ingresos de las personas cuando terminan su vida laboral, el foco estadounidense está puesto en el ahorro individual y voluntario.

Por otro lado, el alto costo de la vida en los Estados Unidos, hacen insostenible la vida con la pensión, motivo por el cual emigran a estados menos costosos como La Florida o Latinoamérica.

Seguro Social en estricto rigor no debe ser la única fuente de ingreso de las personas jubiladas. El Seguro Social reemplaza un porcentaje de los ingresos de promedios de un trabajador luego de su jubilación, lo cual varía según los ingresos y la edad cuando elige comenzar a recibir los beneficios. Si comienza a recibir los beneficios a los 67 años, este porcentaje varía entre el 75 por ciento para las personas con ingresos bajos, el 40 por ciento para las personas

con ingresos moderados y un 27 por ciento para las con ingresos altos. Si elige comenzar a recibir los beneficios después de los 67 años, estos porcentajes serán más altos.

La mayoría de los asesores financieros sugieren que, para vivir cómodamente al jubilarse, necesitará alrededor del 70 por ciento de los ingresos previos a su jubilación, esto incluye, los beneficios de Seguro Social, pensiones privadas, ahorros e inversiones.

Promedio de los beneficios mensuales de Seguro Social para el 2018:

- Trabajador jubilado: \$1,404
- Pareja jubilada: \$2,340
- Trabajador incapacitado: \$1,197
- Trabajador incapacitado con un cónyuge y niño: \$2,054
- Cónyuge sobreviviente: \$1,338
- Cónyuge sobreviviente joven con dos niños: \$2,743

Las pensiones se refieren a los sistemas de ahorro privados, el 401(k) y el IRA son los dos métodos los más extendidos, juegan el mismo papel de la figura de las Administradoras de fondos de pensiones (AFP) en otros países.

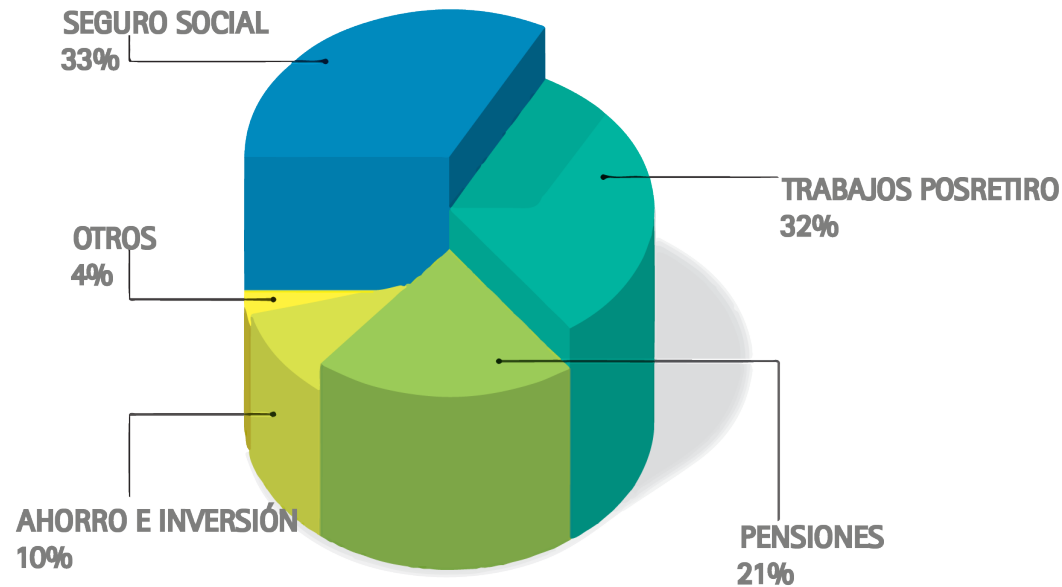


Figura 25 . Estructura de ingresos de retirado estadounidense.

Fuente: Seguridad Social. 2014

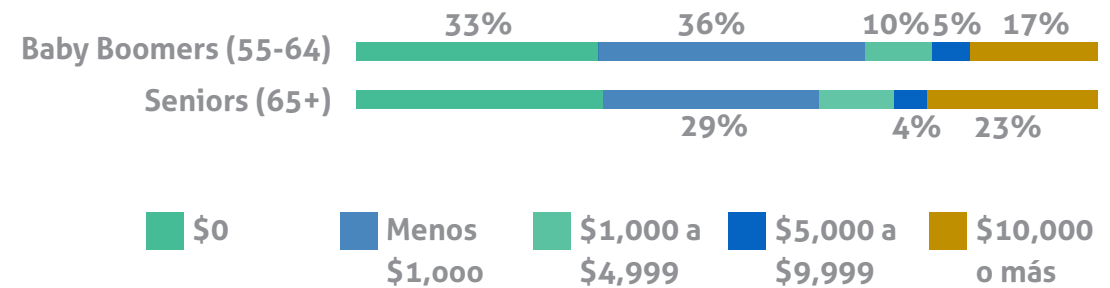


Figura 26 . Ahorros destinados al retiro.

Fuente: Go Banking Rates, 2015

Solo un 17% de los Baby Boomers y un 23% de la generación seniors, mayor de 65 años, tiene ahorro superiores a US\$ 10,000, aumentando la desconfianza de los jubilados estadounidense sobre su capacidad de pago del costo de la vida en su país.



### 3.4 DEFINICIÓN DE PERFIL DEL SEGMENTO DE BABY BOOMERS.

La generación de ciudadanos estadounidenses conocida como baby boomers, se caracteriza por presentar mayores niveles de ingreso, mayores tasas de escolaridad, más esperanza de vida, así como menores niveles de incapacidad y menores índices de pobreza que aquellas generaciones que les preceden. Estos individuos participan muy activamente en el mercado inmobiliario. La mayoría son propietarios de una residencia principal, y una gran parte de ellos participan en el mercado de segundas residencias y utilizan ampliamente los servicios financieros sobre sus propiedades en bienes raíces. Uno de los aspectos importante a considerar es que los baby boomers son parte de manera general, de una generación que posiblemente trabajó durante muchos años en la misma empresa, cuida mucho su economía y suele ser muy ahorrativa. Es probable que sean menos propensos a adquirir un crédito hipotecario debido a su etapa de retiro, porque han ahorrado para jubilarse cómodamente.

En el contexto canadiense, la mayoría de los del Boom de la Natalidad están todavía activos en la fuerza de trabajo y están entrando en puestos de alto rango en sus carreras. Más de la mitad reciben un ingreso anual de más de \$60.000 dólares, lo que les permite favorecer productos de mediana y de alta calidad que ofrecen calidad y mano de obra superior. Los Baby Boomers valoran la calidad de larga duración y características prácticas más que mantenerse al día con las tendencias y están dispuestos a pagar más por artículos de primera calidad, más que otras generaciones. (Trade Facilitation Office Canada, 2015)

Los jubilados norteamericanos en México son relativamente jóvenes y cuentan con estudios superiores. Más del 53% son menores de 65 años (de hecho, el 80% es menor de 69 años) lo cual puede indicar que México no resulta atractivo para adultos mayores que requieren atención médica especializada. Adicionalmente, casi dos terceras partes finalizaron la educación superior y un 28% contaba con al menos un año de estudios universitarios (Kiy & McEnany , 2010).

La importancia de esta generación y su dimensión se resumen en la siguientes características:

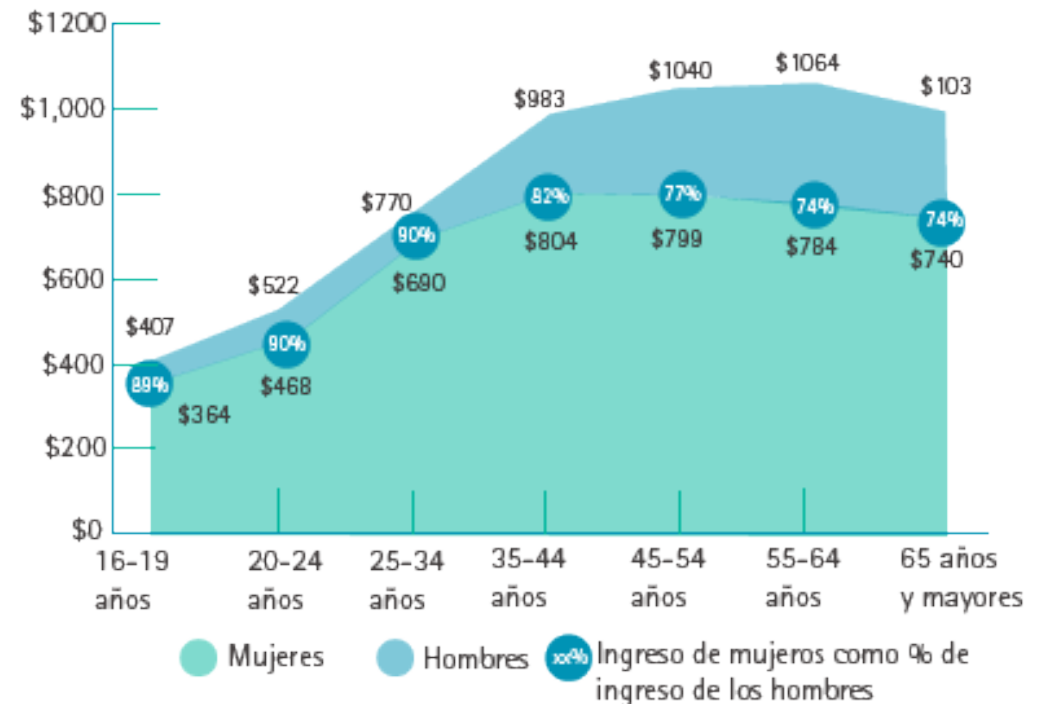
### **-MAYORES INGRESOS**

Una de las características de este segmento, es que por lo general cuentan con un considerable poder adquisitivo y poseen una elevada proporción de activos financieros e inversiones, entre los que figuran los bienes raíces. De los baby boomers, aquellos que se encuentran en el rango de edad de 50-55 años tienen los mayores niveles de ingreso; mientras que los que están entre 65-69 años poseen el mayor nivel de capital inmobiliario residencial. Por otra parte, el segmento de 70-75 años presenta la razón hipoteca-riqueza (sin pensiones) más baja del grupo (BBVA Bancomer, 2007). Si se analiza el poder adquisitivo, los Boomers llevan ventaja a los Millenials: los estadounidenses mayores de 50 años presentan un patrimonio neto superior al de cualquier otro segmento de población. Sus perspectivas de futuro también son prometedoras: a lo largo de los próximos 20 años, se espera que el gasto de este colectivo de personas mayores de 50 años aumente 58%, hasta



alcanzar los 4.74 billones de dólares, frente a un crecimiento del 24% (hasta los 3.53 billones de dólares) en el tramo de edad de 25 a 50 años (Holtzman, 2013).

Los ingresos para los trabajadores en ambos géneros a tiempo completo tienden a aumentar con la edad y luego a disminuir después de los sesenta y cinco (65) años. La brecha salarial por género también aumenta con la edad, y las diferencias entre los trabajadores de más edad son considerablemente más grandes que la desigualdad entre los trabajadores más jóvenes. La brecha salarial entre hombres y mujeres aumenta considerablemente a partir de los treinta y cinco (35) años. A partir de esta edad el salario medio para las mujeres es del 76–81 por ciento de lo que reciben los hombres. El ingreso semanal promedio de los baby boomers se ubica en el rango promedio de US \$1,035 para los hombres y US \$775 para las mujeres, mostrando la brecha existente entre géneros en el ambiente laboral, mientras que el sueldo promedio semanal general es de US \$ 827 para los hombres el de las mujeres es de US\$ 664.



**Figura 27.** Ingreso semanal medio, por género y edad, 2015

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la Oficina de Censo de Estados Unidos , current population survey.

### -ALTO NIVEL EDUCATIVO

Esta generación tiene como grupo un elevado nivel de escolaridad, fueron partícipes de movimientos sociales que transformaron las ideologías sobre la familia, el matrimonio, la religión, la política, la sexualidad, las drogas, la guerra, entre otros. De acuerdo con datos de la oficina del censo de EUA, muestran que en 2006 el 86% de los adultos mayores de 25 años habían obtenido al menos el título de educación secundaria; más de un cuarto de la población, 28%, del mismo rango habían obtenido al menos un grado universitario.

Dichos niveles de ingreso y educación elevados son una explicación de por qué la mayor parte de esta generación son propietarios de al menos una vivienda.

### -MAYOR ESPERANZA DE VIDA

Como se citó anteriormente, Estados Unidos y Canadá son los países que han revelado las cifras de esperanza de vidas más elevadas, la esperanza de vida en Estados Unidos en el

2013 fue setenta y ocho (78.8) años, mientras que los bebés nacidos hace cincuenta años no tenían una esperanza de vida de más de setenta y un (71) años. Dicho incremento de la esperanza de vida ha sido el causante del aumento de la edad se prevé como media, que la esperanza de vida llegará a 85.6 años en 2060 (BBVA Bancomer, 2007).

Gran parte de esto es producido por los avances tecnológicos en el área de la medicina, anteriormente gran parte de las causas de muertes eran provocadas por enfermedades infecciosas, hoy día son por enfermedades no contagiosas, como el cáncer o la diabetes, pero cada vez más aumentan los avances y tratamientos para estas. Suponiendo que el umbral máximo de la esperanza de vida siga aumentando, debe haber o bien un incremento natural de la natalidad o mayores flujos de inmigración para desacelerar el incremento de la edad promedio. Ante estos factores, es evidente que algunos programas institucionales implementados hace 50 o 100 años, como las regulaciones del mercado de trabajo y los sistemas de pensiones y jubilación, que se hicieron par-



### EDAD & EXPECTATIVA VIDA

- Promedio retiro 65 años
- 16.7 años expectativa vida luego de 65 años



### FUENTES INGRESOS

#### SOCIAL SECURITY

- 86% NORTEAMERICANOS
- #### GOBIERNO
- 30% canadienses
  - 70% italianos y alemanes



### INGRESO ANUAL PROMEDIO

- Norteamericanos USD44 mil
- Canadienses USD42mil
- Europeos USD40 mil



### GASTOS NORTEAMERICANOS

- Gasto hogar 35%
- Transporte 15%,
- Alimentos y bebida 13%
- Salud 13%
- Seguros 6%
- Entretenimiento 6%
- Otros 12%

tiendo de supuestos distintos, serán insostenibles sin reformas adicionales (BBVA Bancomer, 2007).

Por dicho motivo, en un plazo muy corto se estima el aumento de la edad de jubilación a nivel mundial, ya que se habla de generar un impacto en la fuerza de trabajo, dicha acción podría reducir dichos efectos macroeconómicos adversos que causaría la jubilación, además del aumento del consumo doméstico. Además del aplazo de los gastos del gobierno por concepto de pensión.

**Figura 28 .** Perfil económico de mercado objetivo

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la presentación, República Dominicana Destino Optimo Mercado Retirados,2015.

### 3.5 PREFERENCIAS EN LOS PRODUCTOS INMOBILIARIOS PARA JUBILADOS

Entendiendo la demografía como un factor importante en la evaluación del mercado inmobiliario, la jubilación de los denominados Baby Boomers estadounidenses y canadienses representarán una importante oportunidad de negocio atractiva a corto plazo para el mercado inmobiliario en la República Dominicana, a pesar de tener una alta competencia con destinos regionales. En particular, se pronostican importantes inversiones en bienes raíces en el nicho de segunda vivienda y promoción de segmentos residenciales de tipo turístico, en las distintas modalidades, fraccional y/o tiempo compartido, así como centros residenciales para la población de la tercera edad demandado por el segmento analizado.

De acuerdo con análisis internacionales realizados por la firma Ernst & Young, en los próximos veinte (20) años, unos setenta y seis (76) millones de estadounidenses estarán en etapa de jubilación y cada vez más una proporción mayor residirá fuera de territorio norteamericano debido a la búsqueda de destino con menor costo

de vida, que ofrezcan servicios de salud. De la misma forma, millones de jubilados europeos buscarán residencia fuera de seis países, pronosticándose que alrededor de seis (6) millones de británicos, una décima parte de la población se reubicará en el extranjero.

Evidentemente, los países atractivos para este segmento son aquellos que ofrecen un costo de vida menor en primer lugar y con un sistema de salud efectivo, como estímulo adicional, algunas naciones como Panamá y República Dominicana, las cuales ofrecen incentivos fiscales y otros beneficios a los jubilados. Pese a lo atractivo de algunos de los destinos señalados para jubilados, una gran problemática a presentarse para estos va a ser la infraestructura, que será un gran reto que tienen que enfrentar estos mercados porque en diversos lugares no cuentan con los servicios básicos para atender a los futuros jubilados.

Según el informe del Banco BBVA Bancomer sobre Situación Inmobiliaria en México, publicado en el 2007, la diversificación de activo es una característica de gran relevancia para el 79% de las personas pertenecientes a dicho segmento, de estos la di-



**Figura 29 .Proyecto Belmont Village residencias para la tercera edad, México**

**Fuente:** <https://www.belmontvillage.com.mx>

versificación de activos es una característica de gran relevancia, teniendo un 30% de promedio en activos de bienes raíces, mostrándose un ciclo de consumo-inversión inmobiliario clasificado en primera residencia, segunda residencia y turismo de tipo fraccional, modalidad en la cual, el adquiriente realiza la inversión en el inmueble comprando una fracción, lo que le permitirá, también, el tiempo de uso fraccionado con ajustes a las necesidades del inversor y al tiempo que efectivamente disponga para hacer uso del bien raíz u otras modalidades derivadas de la hotelería tradicional como propiedades de tiempo compartido, condohoteles y clubes vacacionales.

En cuanto la primera vivienda, para el 2007, se estimaba que dos de cada cinco propietarios de vivienda en EUA eran menores a 60 años y dos de cada tres eran menores de 70 años. En concreto, la tasa promedio de tenencia era del 69% y uno de cada cuatro baby boomers poseía más de una vivienda.

Con relación a la segunda vivienda, de acuerdo con la Asociación Nacional de Promotores Inmobiliarios (NAR, por sus siglas en inglés) los baby boomers son proporcionalmente más activos en el mercado de segunda vivienda, para el 2007 eran propietarios del 57% de casas vacacionales o fraccionales y 58% de la propiedad en renta o alquiler. Después de ser propietarios de su primera residencia, el 13% poseen tierra vacante adicional, 8% también tiene propiedad en alquiler, el 7% tienen vivienda para vacaciones o uso fraccional y el 2% también poseen inmuebles comerciales, según la NAR (BBVA Bancomer, 2007).

Por otra parte, debido a que básicamente han habitado viviendas en suburbios de grandes ciudades por largos períodos de tiempo, mientras que ahora ha disminuido el tamaño de su familia y sus residencias han perdido funcionalidad, son indiferentes en migrar a zonas metropolitanas a otro tipo de destino, prevaleciendo la tranquilidad del sector, por ello, localidades de baja densidad, ciudades pequeñas, a pesar de poseer menor infraestructura son por lo general los destino elegidos por dicho grupo.

De acuerdo con el estudio, República Dominicana: La nueva promesa para el Mercado de jubilados, realizado por el Hospitality Management Solutions en el 2015, las casas y comunidades que integran servicios de salud en su programa son las preferidas en materia inmobiliaria en todos los rangos de edades comprendidos por la jubilación.

Otro factor apreciado dentro del ámbito inmobiliario por el nicho es el diseño bajo el concepto de age-friendly, donde el producto inmobiliario es diseñado en base la eliminación de las barreras arquitectónicas, permitiendo la accesibilidad de personas con movilidad reducida, al igual que el resto de las áreas comunes. Otros detalles como los dispositivos para avisar de una emergencia personal, cámaras de seguridad, baños adaptados y mobiliario ergonómico, son otros elementos valorados.



En modo de resumen el segmento de jubilados es un grupo que invierte en bienes raíces y se puede observar que, al inicio del periodo de jubilación, dado la tenencia de un mayor nivel de independencia, prefieren las viviendas unifamiliares u condominios, pero en el rango de edades mayores debido a un nivel mayor de dependencia, se prefiere a las comunidades que cuenten con servicios médicos.

	55-64 (20 MM) %	66-64 (18 MM) %	75+ %
<b>Casa</b>	<b>29.07</b>	<b>20.91</b>	<b>14.92</b>
<b>Departamento Townhouse</b>	<b>17.36</b>	<b>15.70</b>	<b>13.94</b>
<b>Comunidad de Retiro sin servicios de salud</b>	<b>9.92</b>	<b>7.76</b>	<b>6.97</b>
<b>Francia Comunidad de Retiro con servicios de salud</b>	<b>18.92</b>	<b>23.35</b>	<b>23.24</b>

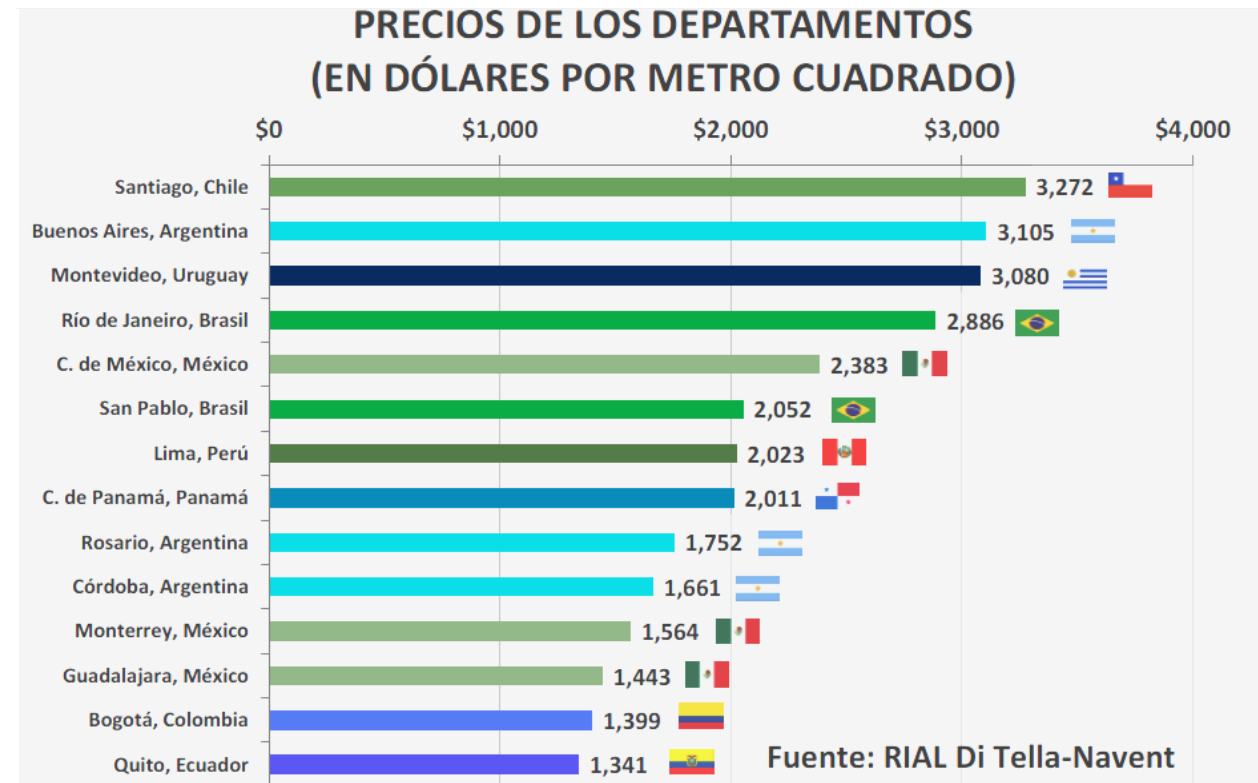
**Tabla 04 .** Preferencias inmobiliarias por jubilados estadounidenses.

**Fuente:** República Dominicana: La nueva promesa para el Mercado de jubilados, Hospitality Management Solutions en el 2015.

### 3.6 ANÁLISIS DEL MERCADO EN LATINOAMÉRICA DESTINOS DE RETIRO

El Revelamiento Inmobiliario de América Latina, elaborado por el Centro de Investigación en Finanzas de la Escuela de Negocios de la Universidad Torcuato Di Tella, de Argentina, en conjunto con Navent, presenta a las ciudades de la región con el metro cuadrado más caro. Cabe resaltar que el estudio se enfoca en inmuebles residenciales dirigidos a las clases medias y medias-alta, focalizando sectores con un comportamiento socioeconómico similar en las diferentes ciudades de los respectivos países, lo cual coincide con el poder adquisitivo del segmento estudiado.

De acuerdo a la publicación del primer semestre del 2018, la ciudad con metros cuadrados más costosos de la región fue Santiago de Chile con US\$ 3.272, por otro lado, México y Panamá, casos de análisis, estuvieron en los primeros 8 lugares. Cabe resaltar que estos precios



**Figura 31. Precios de los departamentos en Dolares por m2.**

Fuente: Real Di Tella-Navent

son reflejos de una recolección de muestras realizadas con una serie de filtros. Para obtener un acercamiento de los precios a los que acceden el mercado de jubilados extranjeros, se debe realizar un estudio de las ofertas en las comunidades expuestas anteriormente como competencia inmediata.

### 3.6.1 PANAMÁ. CASO: BOQUETE, CHIRIQUÍ,

De acuerdo al análisis realizado del mercado inmobiliario realizado por el portal web Gogetit - Bienes Raíces Panamá, se tomó la data de mercado de los últimos años y hasta finales de 2016 para entender el comportamiento del mercado inmobiliario.

Según el promedio de precios de la zona de montaña en Panamá, en la que se ubica Boquete, muestra anteriormente un gran nivel de fluctuación desde el mes de Junio 2016 hasta Mayo 2017. Algunos meses, el precio de venta promedio del metro cuadrado

ha oscilado entre US\$ 500 y US\$ 1.000. Para el mes de diciembre 2016, se observó un incremento de precios que llegó hasta los US\$ 2.500. Pero para inicios de 2017, estos precios bajaron hasta alrededor de US \$1.500.

Por otro lado, en las zonas de playa, zona considerara importante para el segmento de retiro, se puede apreciar un mayor costo, en el mes de Junio 2016, el precio de venta promedio, era de US\$ 1.500. Esta tendencia se mantuvo, hasta el mes de noviembre de ese mismo año, cuando tuvo un alza en los precios que llegó hasta los US\$3.000. Para el 2017, el promedio de precios oscilaba entre US\$ 2.000 y US\$ 2.500 el metro cuadrado de venta.



Montaña



Playa

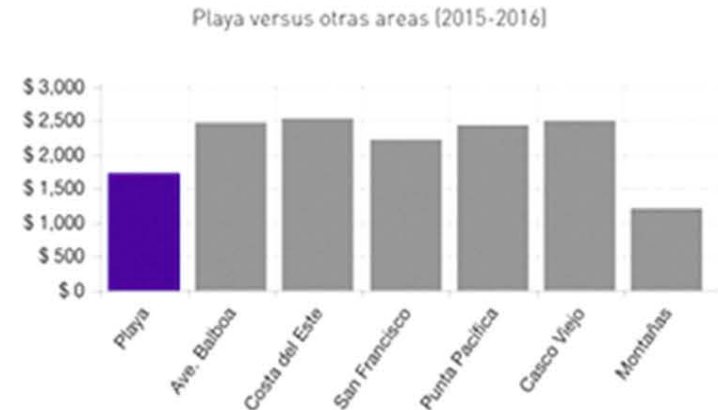


Figura 32. Precios de venta promedio en P Fuente: www.Gogetit.com

La oferta inmobiliaria residencial existente en Boquete es esencialmente de casa. En la zona de Boquete, perteneciente a la zona de montaña existen productos inmobiliario de precios más accesibles con promedios por metros cuadrados de US\$1,351, a diferencia de la ciudad de Panamá que oscila en los US\$ 2,500.

**Tabla 05. Análisis de Mercado, Chiriquí**

Fuente: Elaboración propia basado en publicaciones de ventas.

**Figura 33, 34, 35 | Muestras analizadas**

Fuente: chiriqui.olx.com.pa

	Referencia	m2	Precio US \$	Precio US \$/ M2
1	Casa, Alto Boquete	240	350,000	1,458
2	Casa, Alto Boquete	372	490,000	1,317
3	Casa, Alto Boquete	371	475,000	1,280
<b>Promedio</b>				<b>1,351</b>



Figura 33



Figura 34

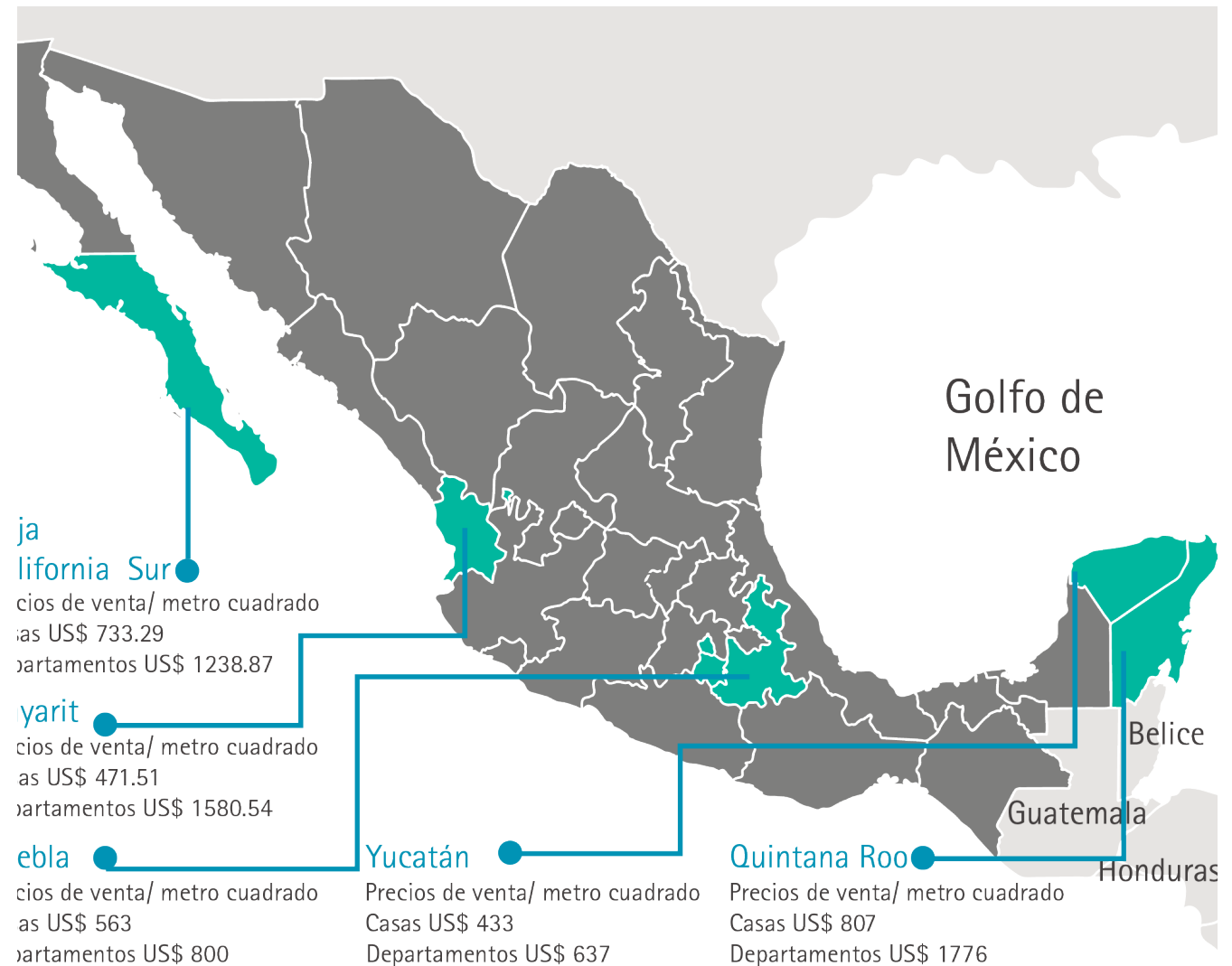


Figura 35

### 3.6.2 MÉXICO. CASO: LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA

En el primer semestre del 2017, el portal web propiedades hizo un estudio valorando los precios de renta y compra de viviendas para cinco destinos turísticos del país, entre ellos: Quintana Roo, Baja California Sur, Puebla, Nayarit y Yucatán, siendo este el último el que reveló precios más bajos, cabe destacar, que este informe no define las características de la muestras o a que segmento socioeconómico se dirige.

Según dicho estudio, el destino más costoso para comprar de casa y departamento fue Quintana Roo, donde se localizan Cancún y la Riviera Maya, seguido por Nayarit y Baja California.



**Figura 36 . Precios de los departamentos en Dolares por m2, México.**

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de propiedades.com 2017



Actualmente, el mercado de lujo en Los Cabos se caracteriza por concentrarse fundamentalmente en desarrollos independientes y en Master-Planned Communities (comunidades integralmente planeadas).

A pesar de existir una fuerte presencia de proyectos de lujos con precios por metros cuadrados hasta los US\$ 9,000, también existen productos inmobiliario de precios más accesibles con promedios por metros cuadrados de US\$2,062.

**Tabla 06. Análisis de Mercado, Los Cabos.**

**Fuente:** Elaboración propia basado en publicaciones de ventas.

	Referencia	m2	Precio US \$	Precio US \$/ M2
1	Velamar	150	360,000	2,400
2	Torres del Pedregal	148.91	337,727	2,282
3	702 Paseo de las Misiones	128	296,800	2,319
<b>Promedio</b>				<b>2,333</b>

**Figura 37, 38, 39 | Muestras analizadas**

**Fuente:** propiedades.com



Figura 37



Figura 38

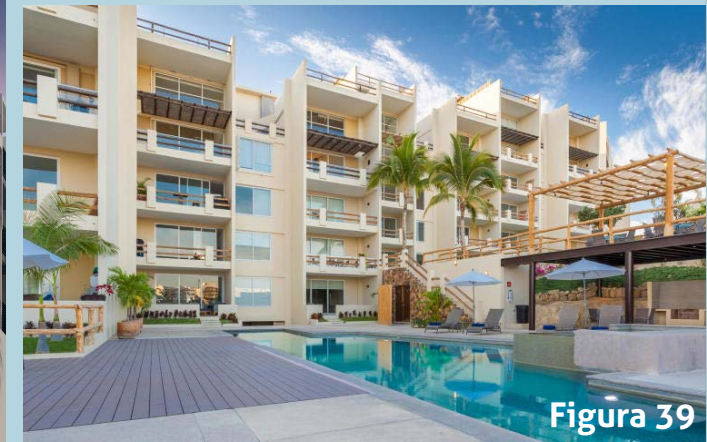


Figura 39



### 3.6.3 COSTA RICA. CASO: ESCAZÚ (VALLE CENTRAL)

El portal web encuentra24.com hace un análisis según las propiedades en ventas existentes en la plataforma, arrojando los precios promedios por metro cuadrado por provincias. Según los datos del portal las provincias con los precios más altos en la compra de departamentos fueron Punta Arena, seguido por Guanacaste.

Sin embargo, al analizar directamente la oferta, en el caso de Escazú, se observó nuevamente que los precios varían bastante, debido que la oferta turística, ya entra dentro de los departamentos de lujos y se puede llegar pagar hasta US \$ 3000/m<sup>2</sup>. Por lo que las características de las muestras afectan al promedio, como en los casos anteriores.

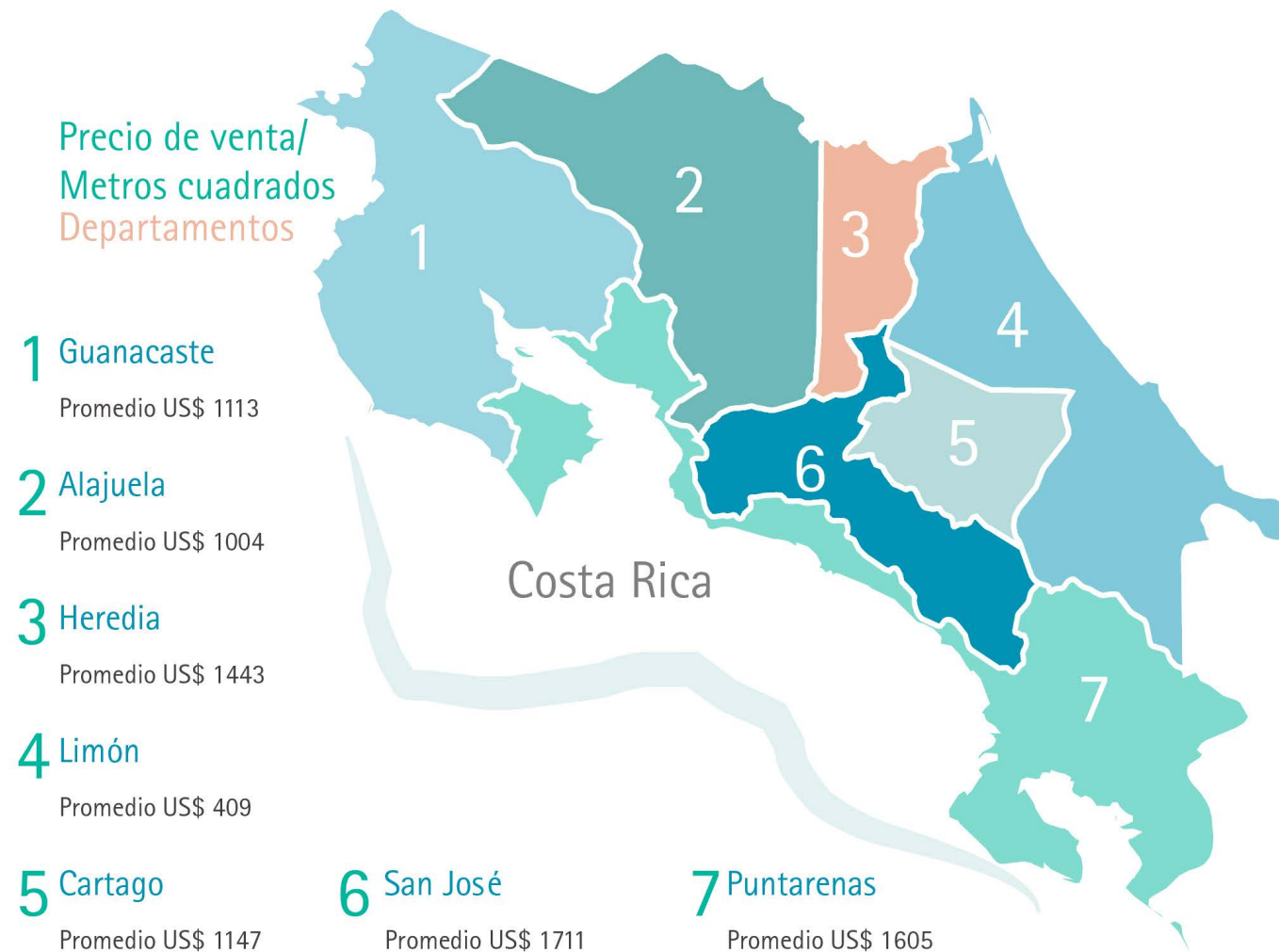


Figura 40 . Precios de los departamentos en Dolares por m<sup>2</sup>. Costa Rica

El Valle Central es uno de los lugares donde se encuentra latente la oferta de lujo es en Santa Ana o en Escazú, dos barrios muy conocidos ,donde el desarrollo urbanístico ha crecido considerablemente en los últimos año. Se realizó un sondeo, sobre las ofertas inmobiliarias residenciales actuales obteniendo en promedio US\$ 2,309/M2. No obstante, en el caso de la Zona costera de Guanacaste, en Playa Flamingo, los precios de los proyectos con vista al mar puede aumentar al doble dicho promedio.

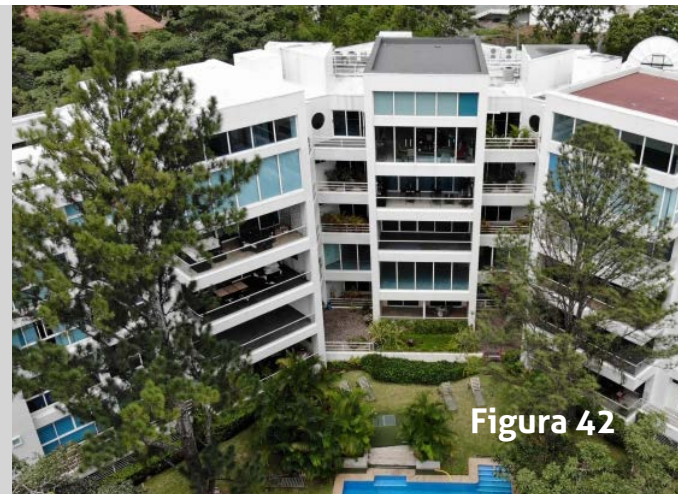
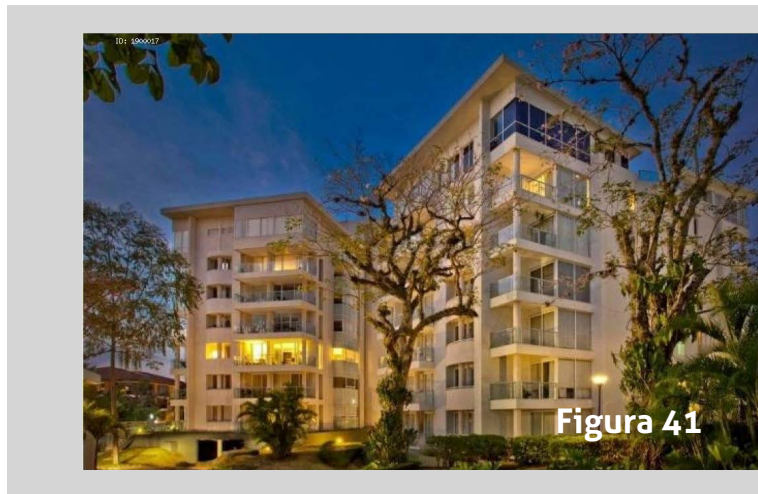
**Tabla 07. Análisis de Mercado, Escazú.**

**Fuente:** Elaboración propia basado en publicaciones de ventas.

	Referencia	m2	Precio US \$	Precio US \$/ M2
1	Condominio torres del country	163.51	399,750	2,444
2	Condominio 203 guachipelín	156.84	341,250.00	2,174
3	Proyecto Vivento	379	825,000.00	2,176
<b>Promedio</b>				<b>2,309</b>

**Figura 41, 42, 43l Muestras analizadas**

**Fuente:** www.encuentra24.com



### 3.7 CONCLUSIONES

La incapacidad de ahorro para el retiro ha sido una de las causas fundamentales que provocan la incertidumbre sobre el panorama de jubilación de los Estados Unidos. Los Baby Boomer que constituyeron un 27% del total de los turistas que visitan a la República Dominicana, según el Banco Central, constituyen un importante potencial para el mercado inmobiliario en el país. Los desarrolladores deben considerar el nicho de segundas residencias y turismo para la población de tercera edad y dotar a las localidades para ello.

Por lo que podemos concluir en las siguientes afirmaciones:

-Prefieren comunidades rurales a pesar de tener escaso desarrollo, hecho confirmado mediante la encuesta realizada por Asociación de Banca Hipotecaria, Asoc. de Promotores Inmobiliarios en el 2009, en la cual el 75% de los encuestado voto a favor de las localidades rurales o pueblos, prefiriendo solo un 12% las zonas urbanas. Por lo que para aquellos destinos interesados en la captación de dicho segmento, por lo que los desarrolladores inmo-

liarios en dichos destinos deben enfocar la orientación al mercado inmobiliario para el nicho de segundas residencias y turismo para la población de tercera edad.

-Realizan importantes aportes en las comunidades de los distintos destinos donde se han concentrado sus asentamientos. Gran parte de las localidades donde se encuentran desarrolladas las comunidades corresponden a sitios prácticamente deshabitados y carentes de un desarrollo consolidado de infraestructura hasta a apenas unos años.

-La incapacidad de ahorro para el retiro ha sido una de las causas fundamentales que provocan la incertidumbre sobre el panorama de jubilación de los Estados Unidos ya que la cuota de la Seguridad Social resulta insuficiente.

-En cuanto su perfil se podría decir que son expuestos a otras culturas, usuario de la tecnología, se encuentran dispuesto a vivir nuevas experiencias, poseen un alto nivel de independencia con sus hijos, no le gustan que le denominen "Envejeciente".

-Le gusta el trabajo de "Voluntarios", se insertan en el mercado laboral parcialmente como: traductores, profesores, asesores, entre otros, prefieren las comunidades mezclada y perciben la migración como su última aventura.

- A fines de 2017, el 12.2% de los adultos estadounidenses carecían de seguro de salud, un aumento en comparación con el 10.9% registrado a fines de 2016, cuando el presidente Obama estaba terminando su último mandato, según los Ángeles Time.

En la actualidad, será un objetivo importante para los próximos años en la agenda local de las entidades de los destinos en vía de desarrollo, actualmente enfocado en la atracción de dicho segmento tanto para los gobiernos como para el sector privado en términos de planificación urbana y cubrir las necesidades demandadas por el nicho en términos de amenidades y servicios especializados como médicos, de recreación, infraestructura, transporte, entre otras.



JUAN

REST CITY  
DOMINICAN REPUBLIC



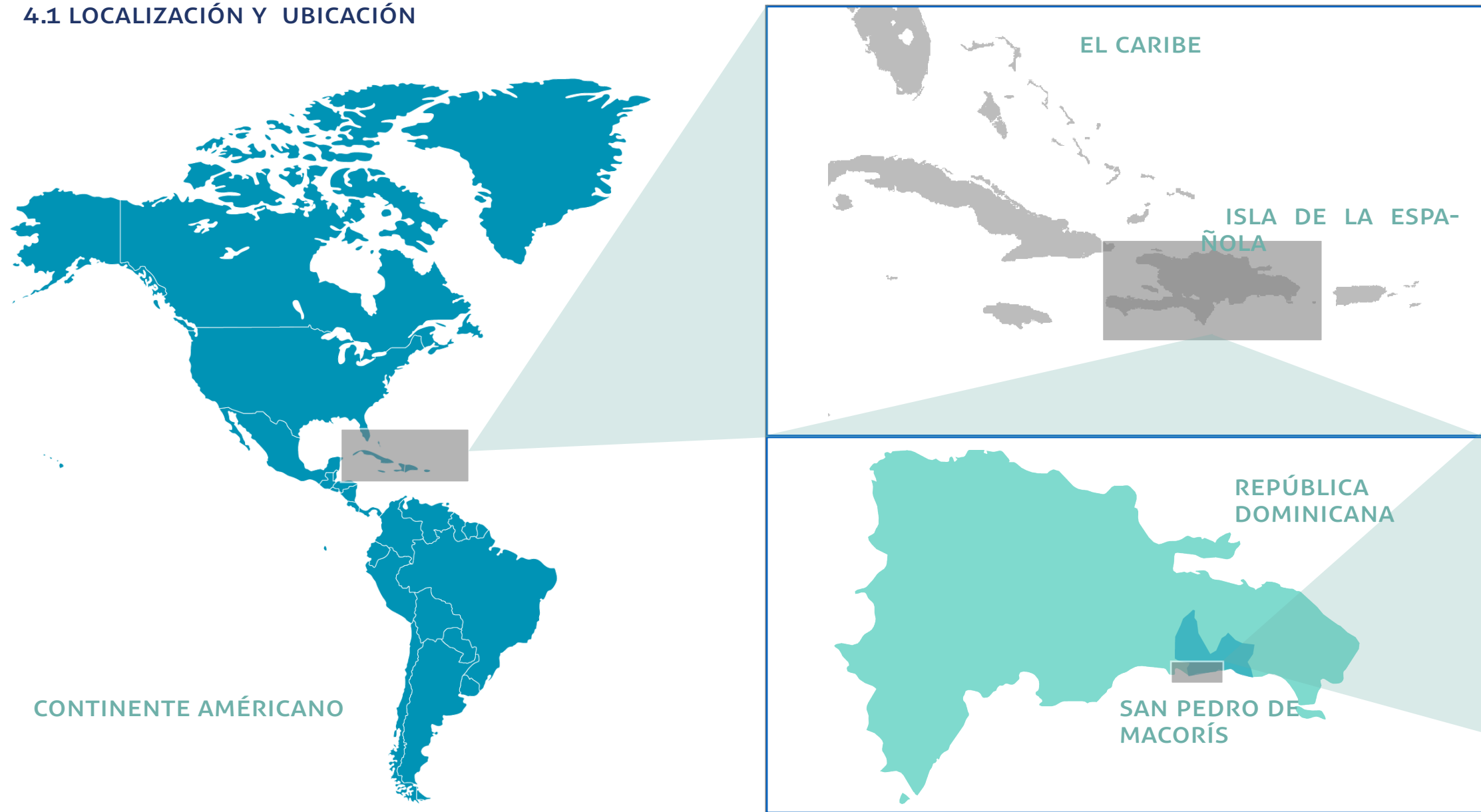
LILO

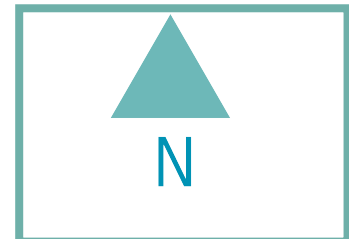


JUAN DOLIO



## 4.1 LOCALIZACIÓN Y UBICACIÓN





LIMITES JUAN DOLIO  
NORTE. LOS LLANOS  
ESTE. SAN PEDRO DE MACO-  
RÍS  
SUR. MAR CARIBE  
OESTE. BOCA CHICA



GUAYACANES

JUAN DOLIO

## 4.2 INTRODUCCIÓN HISTÓRICA DE JUAN DOLIO

### 4.2.1 ORIGEN DEL NOMBRE JUAN DOLIO

El origen del nombre de la localidad de Juan Dolio, a pesar de no contar con un registro oficial, se acusa a un terrateniente de la zona este el cual era el propietario de los terrenos donde se limita la ciudad, cuyo nombre original era Juan de Olio. No existe otra información relevante sobre el origen de dicho curioso nombre. Sin embargo, si se encuentra validado, que Juan Dolio fue un lugar donde existió un asentamiento indígena de la época pre-colombiana, conocida como el Corral.

### 4.2.2 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE JUAN DOLIO

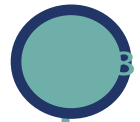
Empieza administración Pública de manera rudimentaria. Localidad de potenciales atractivos naturales y de infraestructura prácticamente nula.

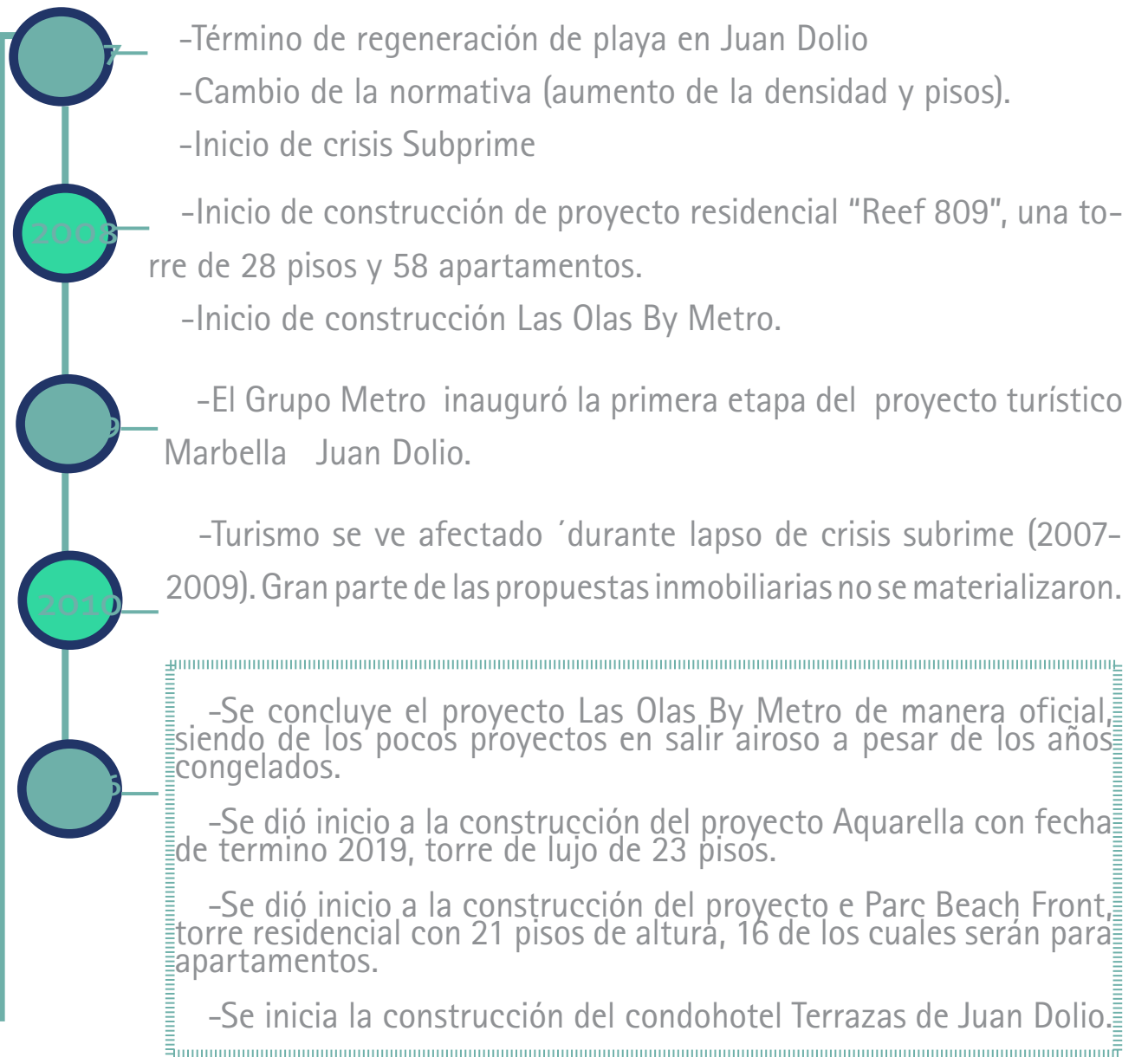
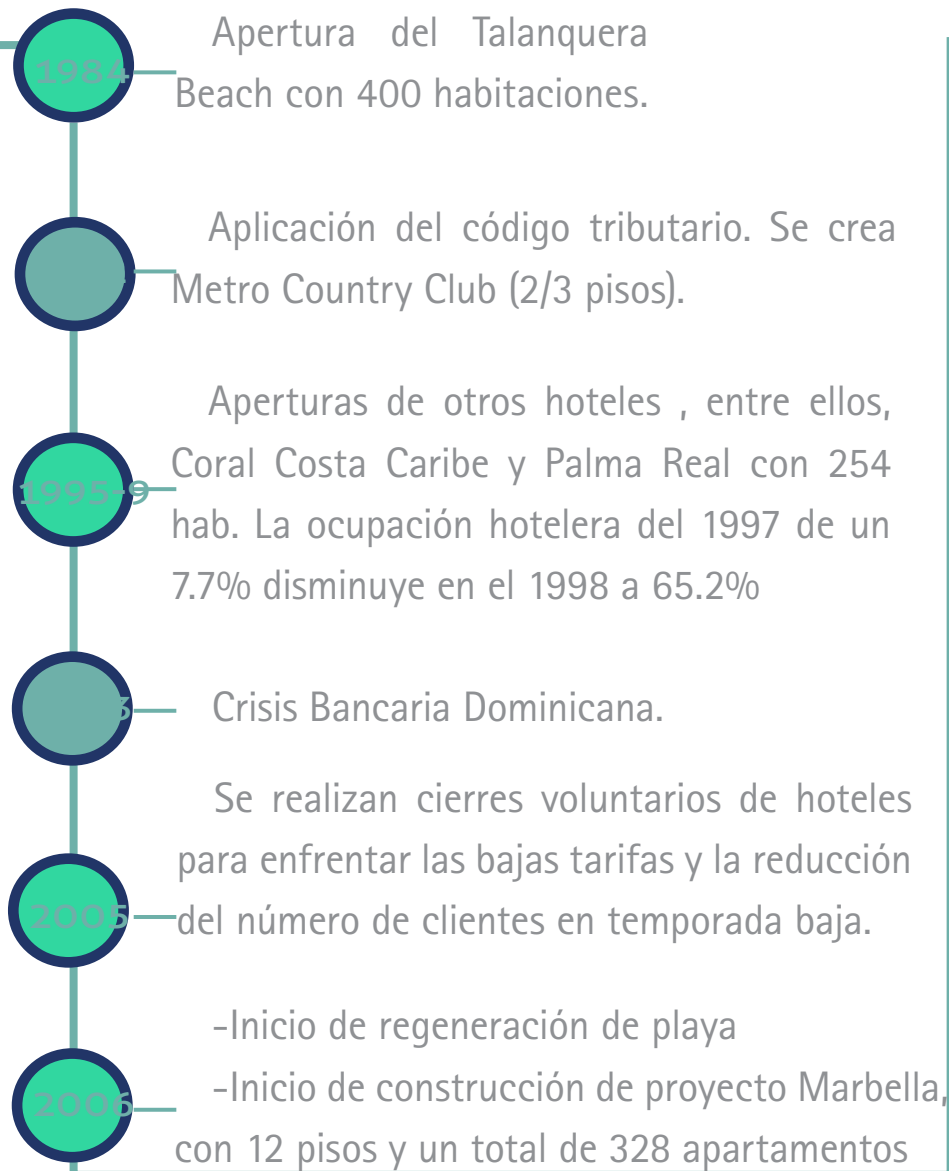
Decreto 223 se resta a Juan Dolio y Guayacanes de San José de los Llanos y se añade a San Pedro de Macorís, Capital de la provincia.

Declarado parte de la zona de prioridad turística por el decreto No. 3133 basado en la ley No.153 de promoción e incentivo del desarrollo turístico.

Con el hotel Punta Garza se inicia actividad turística (3 niveles)

Se fortalece destino turístico con apertura de nuevos hoteles.







**Figura 44 . Panorámica Juan Dolio**  
Fuente: [www.realtypuntacana.com](http://www.realtypuntacana.com)

### **DÉCADA DE LOS SETENTAS .**

A partir de la ubicación de casa de veraneo, inicia la actividad hotelera de baja altura y densidad, se crean las primeras iniciativas legales para el fomento de la localidad.

### **DÉCADAS DE LOS NOVENTAS**

Se consolida la modalidad de todo incluido, aumentando significativamente el número de habitaciones hoteleras en el área, al igual que se inicia la inserción del modelo de segunda vivienda con Metro Country Club y Guavaberry , a finales de la

década la tasa de ocupación se reduce considerablemente

### **DÉCADAS DEL 2000**

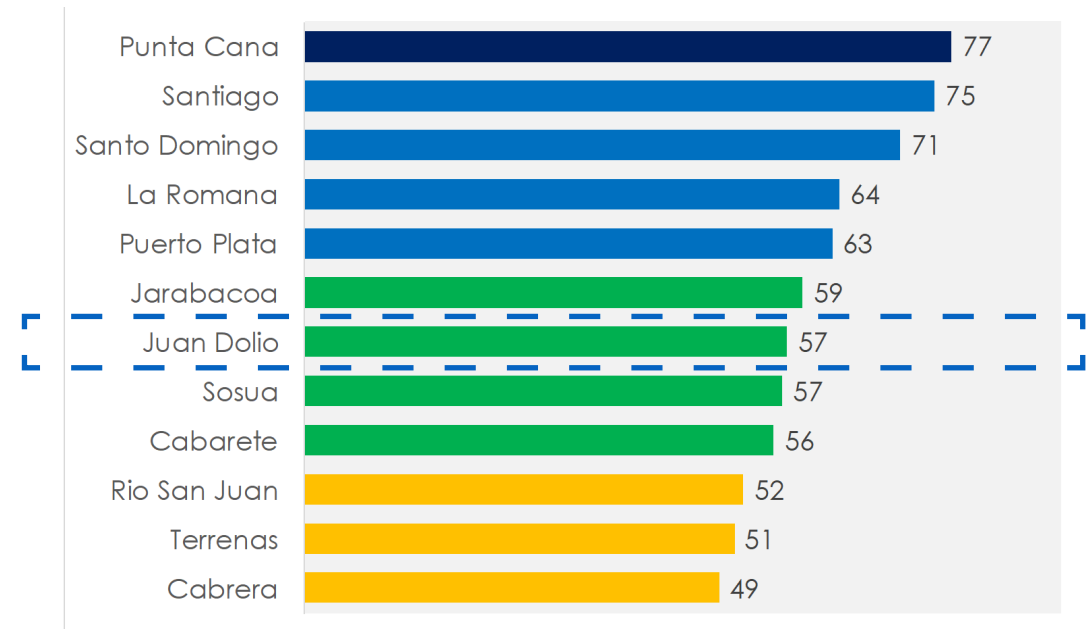
Se pone en alza los niveles de vacancia en las habitaciones de los hoteles, evidenciando el reemplazo de la localidad por otros polos turísticos con mayor auge como Punta Cana y Puerto Plata. A la vez que se disminuye la oferta de modalidad todo incluido, la oferta en la segunda vivienda aumenta.

### 4.3 JUAN DOLIO COMO LOCALIDAD POTENCIAL PARA JUBILADOS EN EDAD DE RETIRO

De acuerdo a la presentación, República Dominicana, Destino Óptimo Mercado Jubilados, 2015, estableció una serie de ejes importantes para la personas en retiro y evaluaba en base a estos a las comunidades a nivel nacional que podrían dar cabida al segmento, resumiéndose en lo siguiente:

PREFERENCIA DE JUBILADOS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo de la vida</li> <li>• Clima</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Contaminación</li> <li>• Servicios públicos</li> <li>• Proximidad a servicios de salud</li> <li>• calidad Infraestructura</li> </ul>	<p>servicios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opciones de trabajo y voluntariado</li> <li>• Amenidades</li> <li>• Facilidad de compra de vivienda</li> <li>• Conexiones y transporte</li> <li>• Receptividad de extranjeros, población bilingüe</li> </ul>

Lo que arrojó el siguiente listado y puntajes por localidad:



**Figura 45 . Puntaje de localidades potenciales para retiro de jubilados**

**Fuente:** Elaboración propia en base a datos de la presentación, República Dominicana Destino Optimo Mercado Retirados,2015.

El estudio identificó doce comunidades, de las cuales Juan Dolio, se encontraba en el séptimo lugar, como ejes de mayor déficit el estudio señalaba: la vivienda, transporte y la participación cívica.



#### 4..4 ACCESOS

##### 4.4.1 ACCESO TERRESTRE

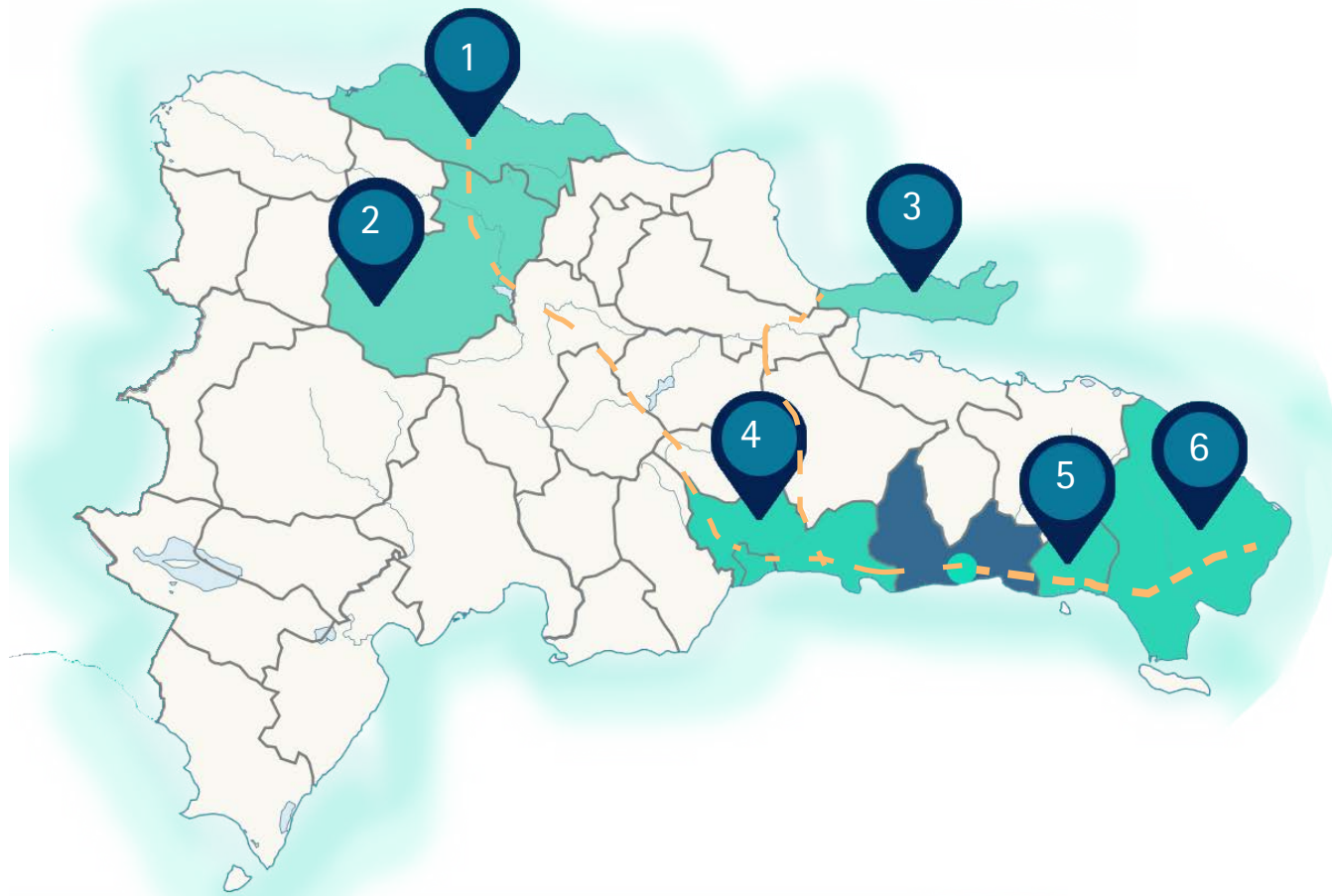







Figura 47 . Polos turísticos de mayor relevancia

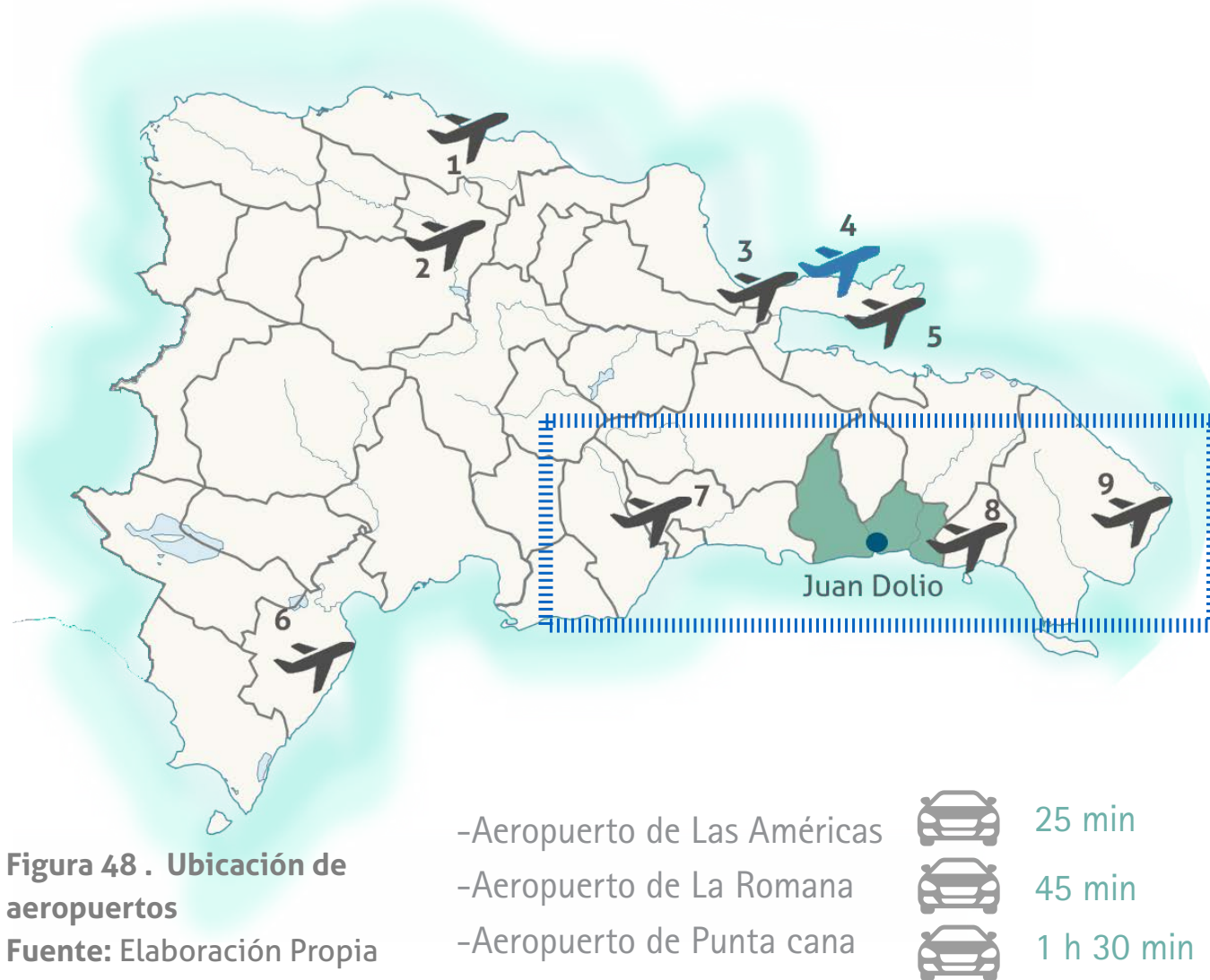
Fuente: Elaboración Propia

Accesos terrestres principales con los polos turísticos de mayor relevancia del país.

1. Puerto Plata		4 h
Autopistas Duarte		
2. Santiago		3 h
Autopistas Duarte		
3. Samaná		2h 45 min
Autopistas del Nordeste		
4. Santo Domingo		30 min
Autopista Las Américas		
5. La Romana (Bayahibe)		45 min
Autopista del Este		
6. Punta Cana		1 h 20 min
Autopista del Este		

Juan Dolio cuenta con una ubicación estratégica, ya que se sitúa entre Santo Domingo, capital del país y Punta Cana, el polo turístico de mayor desarrollo.

## 4.4.2 ACCESO AÉREO



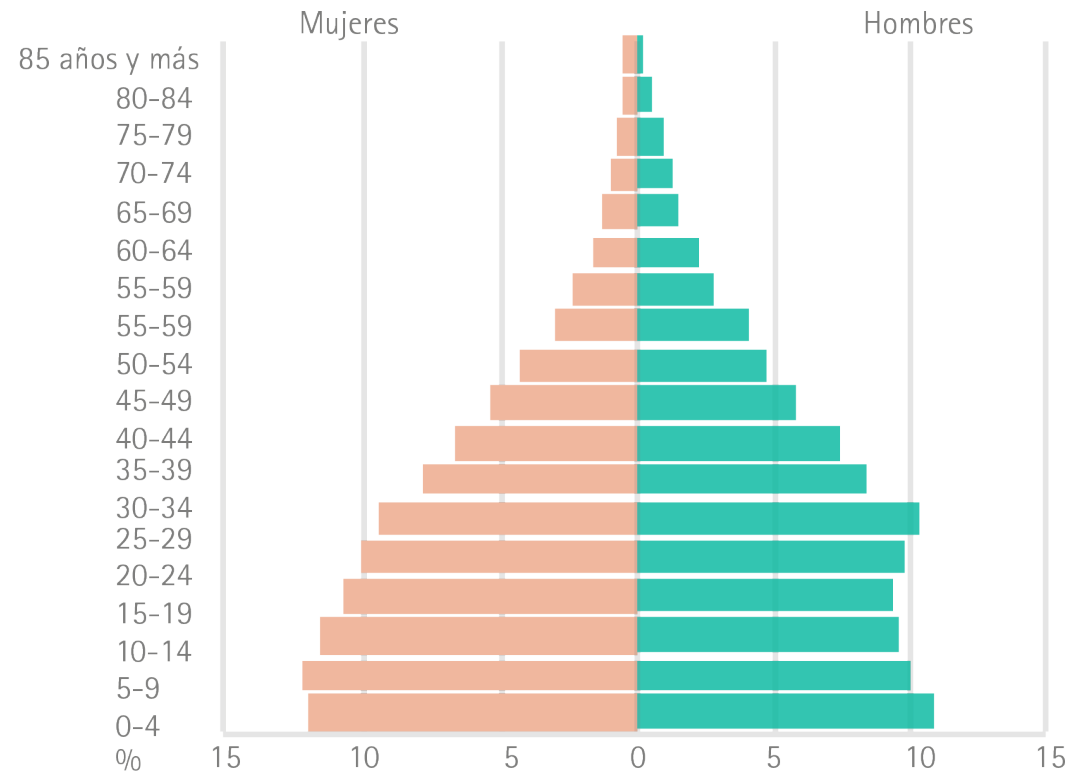
1. Aeropuerto Internacional Gregorio Luperon.
2. Aeropuerto Internacional Cibao.
3. Aeropuerto Internacional Juan Bosch
4. Aeropuerto Nacional el Portillo (en desuso)
5. Aeropuerto Internacional Arroyo Barril
6. Aeropuerto Internacional María Montez
7. Aeropuerto Internacional Las Américas
8. Aeropuerto Internacional La Romana

Los aeropuertos más cercanos a Juan Dolio son el aeropuerto de Las Américas, Punta Cana y La Romana, los dos primeros son los que tienen mayor flujo de turistas extranjeros no residentes. De acuerdo con datos del banco central en el periodo Enero-mayo 2018, el aeropuerto de Punta Cana tuvo una participación porcentual de 69.1% de llegada de turistas extranjeros no residentes, seguido por la terminal de Las Américas con un 14.7%, Puerto Plata con un 9%, el del Cibao con un 3.4% y La Romana con el 1.8%, respecto a la edad de los visitantes, el 55.6% oscila entre el rango de 21 a 49 años.

**4.5 ANÁLISIS POBLACIONAL . GUAYACANES-JUAN DOLIO**  
**4.5.1 DEMOGRAFÍA**

El municipio de Guayacanes, en el cual se encuentra circunscrito la ciudad de Juan Dolio desde el 2006 mediante el decreto de la ley 203-06 del 3-5-2006, cuenta con una población de 14,592 habitantes según el IX Censo Nacional de población y vivienda (2010), en una superficie de 135.7 km2 arrojando una densidad de 108 habitantes por km2. De dicha totalidad de la población 7,631 son hombres y 6,961 son mujeres. Por otro lado, Juan Dolio en dicho censo registró una población de 2.488 habitantes.

La estructura etaria de Guayacanes es esencialmente joven, disminuyendo su porcentaje mediante incrementa los años en los rangos.



**Figura 49 . Estructura Etaria .**  
**Fuente: IX Censo Nacional de población y vivienda (2010)**




#### 4.5.2 VIVIENDA

El total de vivienda ocupadas es de 4,567, según IX Censo Nacional de Población y Vivienda de 2010, el último en realizarse, el próximo censo en efectuarse a nivel nacional sería en el 2020. Con esto, se concluye que, las condiciones de la vivienda desde la fecha pudieron cambiar drásticamente, dado que el desarrollo del turismo inmobiliario se desarrolló a partir de dicho año. No obstante, se podría tener un acercamiento sobre las condiciones de las viviendas de los habitantes locales, excluyendo el mercado turístico que es el que esencialmente se ha desarrollado significativamente.

Para aquel entonces la materialidad de la vivienda se constituía en mayor porcentaje por muros de concreto y madera, techo de láminas de zinc y piso de cemento, radier sin ningún revestimiento, solo pulido.

**Figura 50 .** Materialidad de las viviendas por elemento estructural (muros, techo y piso)

**Fuente:** IX Censo Nacional de población y vivienda (2010)

	Muro 	Techo 	Piso 
Block O concreto	47.5%	Block O concreto	Mosaico/ Cerámica
Madera	47.8%	Zinc	Cemento
Tabla de Palma	0.08%	Asbesto Cemento	Granito/ Mármol
Tejamanil	0	Cana	Madera
Yagua	0	Yagua	Tierra apisonada
Otro	4.51%	Otro	Otro

### 4.5.3 ANÁLISIS SOCIOECONÓMICO

La economía de Juan Dolio se sustentaba en dos pilares: la pesca y el turismo, pero en estas últimas décadas ambos renglones han decaído. A parte de la reducción de la inversión privada que tuvo a inicios de siglo, también se debe en parte al cambio de la oferta hotelera a segunda vivienda, uno de los beneficios importantes de la operación hotelera es la generación de empleos, según el Censo del 2010, la tasa de desempleo local fue del 7%, por lo que en la actualidad la proyección debiese ser mayor considerando el cierre de importantes hoteles.

Actualmente, como grandes hoteles permanecen: Coral Costa Caribe y el antiguo Embassy Suites (dentro del complejo del Metro Country Club). Aunque también se han aperturado propuestas nuevas como el hotel Casa Hemingway y Emotions by Hodelpa.



**Figura 51 .** Barceló Capella Beach Resort  
**Fuente:** <https://www.colonial-tours.com/barcelocapella.htm>

En el 2015 se produjo el cierre de Barceló Capella Beach Resort, de 500 habitaciones, fue un importante hotel de la época que debió cerrarse junto a nueve hoteles entre el 2005-2015. Los 10 recintos representaban más de 2 mil habitaciones hoteleras e igual cantidad promedio de empleos. Hoy se promueve como una zona de turismo inmobiliario, con ofertas de apartamentos de entre US\$1,800 y US\$2,800 el metro cuadrado. Actualmente, el proyecto Club Hemingway, ocupa parte del terreno que pertenecía al hotel.



#### 4.6 NORMATIVA

Antes de la resolución No. 001 del 2007 por el Ministerio de Turismo, todas las edificaciones de Juan Dolio no sobrepasaban los seis pisos de altura y contaban con una densidad bruta máxima promedio de 250 plazas/ha refiriéndose a la resolución No. 02/2005, cuando Juan Dolio pertenecía al municipio Los Llanos y no a Guayacanes. A partir del 2007, luego de la regeneración de la playa con el objetivo de incentivar la inversión privada y mejorar la calidad de la infraestructura, esencialmente del sistema sanitario, se establecieron las siguientes resoluciones:

-Ocupación del suelo. 30%

-Distanciamientos/Linderos. 5 Metros

-Distanciamiento de franja marítima. 60 m reservado para uso público

-Estacionamientos. 1.5/ vivienda

-Sistema de agrupamiento. Aislado

Otras consideraciones:

- Paseo peatonal de 2.00 metros de ancho mínimo, en madera tratada, frente a cada propiedad y de penetración a la playa, debidamente iluminado y aprobado por la Secretaria de Turismo (SECTUR).

- El enverjado de las parcelas, será de una altura máxima de 1.20 m, en cestos vivos, como zonas divisorias entre terrenos. El cerramiento frontal deberá mantener la misma altura, pudiendo usarse otros materiales.

- Establecer en conjunto el Departamento de Control y Desarrollo de SECTUR, la solución de suministro de agua potable, disposición de las aguas servidas y desechos sólidos.



#### 4.7 OFERTA EN JUAN DOLIO

En Juan Dolio la oferta existente es de turismo residencial, esencialmente segunda vivienda que esta básicamente orientado al segmento económico C2 y ABC1 . El desarrollo inmobiliario ha sido posible debido a asociaciones locales de bienes raíces que apoyan y dan financiamiento al proyecto y como se visualizó en la línea de tiempo la realización de importantes aportes al mercado local.

Se realizó un levantamiento de la oferta destinada a la segunda vivienda existente en Juan Dolio.

##### Tabla 08. Análisis de Mercado.

Fuente: Elaboración propia basado en publicaciones de ventas.

Proyectos	Descripción		Precios de venta US \$	Precio promedio US \$/ M2	Estado Inmueble/ Fecha estimada de entrega	Oferta
1. Terrazas de Juan Dolio	condo-hotel	1 8 pisos	127,099-884,000	2.000	En construcción. Segundo semestre 2019	1D-1B, 2D-2B, 2D-2.5B, 3D-3.5B, 4D-5B (61,46-442 M2)
2. Aquarella	" Eco	2 3 pisos	159,500-275,000	2.450	En construcción. Primer semestre 2019	Estudio, 1D-2B, 3D-2B (62,14-114.86)
3. Villa Palmera Oceanfront	Torre de Deptos	1 9 pisos	96,000-170,000	1.162	Construido	1D-1.5B, 2D-2B, 3D-2B (83-146 M2)
4. Le Parc Beach Front	Torre de Deptos	2 0 pisos	106,000-183,700	2.498	En construcción. Segundo semestre 2019	1D-1B (42-74)
5. Beach One Residence	Torre de Depto	2 1 pisos	130,000-183,700	1.860	En construcción Segundo semestre 2019	Estudio, 1D-1B, 2D-2B (70M2-100M2)
6. Tepuy	Complejo de 6 edificios	6 pisos	110,000-145,700	2.007	En construcción Segundo semestre 2019	2D-2B, 3D-3.5B (82M2-167M2)
7. The Residences	Complejo de 7 edificios	3 pisos		1.136	Construido	2D-2B, 2D-2.5B, 3D-3B (117M2-235M2)



La oferta actual enfocada en el mercado inmobiliario turístico del sector se encuentra distribuida de manera homogénea a lo largo de todo el borde costero.

No obstante, no se puede decir lo mismo de las cualidades de los mismos, ya que existe una brecha muy amplia entre los metros cuadrados y el valor de los mismos, lo cuales oscilan entre los 42 a 442 metros cuadrados, con valores por metros cuadrados que van desde los US \$ 1,136 a 2,698.





## CARACTERÍSTICAS RELEVANTES

- Propuesta. El proyecto se inspira en las propuestas de Brickell en Miami.
- Amenidades. Gimnasio, piscina y bar and lounge, spa, cancha de tenis, club de tabaco, teatro de música, servicios de condo hotel.
- Marketing. Provee membresía, al club de playa y campo de golf Metro Country Club.
- Propuesta.Eco-friendly condo: Jardín verticales en estacionamientos, energía de áreas comunes suministradas por paneles solares e instalación de aire acondicionados de bajo consume en dptos.
- Amenidades. Quincho, club de playa, cancha de baloncesto, gimnasio, piscina y bar and lounge.
- Marketing. Incorpora tour virtual. Es vendido como torre amigable con el medio ambiente.



### CARACTERÍSTICAS RELEVANTES

- Propuesta. Incorpora aire acondicionado a cada departamento.
- Amenidades. Gimnasio, piscina, salón multiusos , Jacuzzi.
- Marketing. Enfatiza la calidad de las terminaciones.

- Propuesta. Propone solo tres tipologías de departamentos y exalta la terraza 360 grados en piso más alto de la torre como lugar de actividades.

- Amenidades. Restaurante, gimnasio, piscina, spa, salón multiusos, bar,

- Marketing. Su estrategia es ofertar los departamentos de menor metraje con relación a la competencia.



3

Figura 54. Villa palmera Oceanfront  
Fuente: <https://mairuf.com/propiedades/villa-palmera-ocean-front/>



4

Figura 55 .Le Parc Frontbeach  
Fuente: <https://mairuf.com/propiedades/le-parc-beach-front/>





5

Figura 56 .Beach One

Fuente:<https://mairuf.com/propiedades/beach-one/>

### CARACTERÍSTICAS RELEVANTES

- Propuesta. Incorpora diseño de planta, dividiendo la circulación vertical en 5 bloques independientes, con elevadores privados por bloque.
- Amenidades. Gimnasio, piscina y bar and lounge, spa y centro de belleza, cancha de tenis, club de tabaco, teatro de música, boutique y minimarket, restaurante.
- Marketing. Administración profesional con servicios de hotel.



6

Figura 57.Tepuy

Fuente: <http://tepuyjuandolio.com/>

- Propuesta. Se diferencia del resto del mercado en proponer edificaciones de baja altura y densidad.
- Amenidades. Piscina, quincho, área de juego.

### CARACTERÍSTICAS RELEVANTES

- Propuesta. Se diferencia del resto del mercado en proponer edificaciones de baja altura y densidad.
- Amenidades. Piscina, quincho, área de juego, Jacuzzi.
- Marketing. Oferta tranquilidad y seguridad en un apartamento en una comunidad de golf



Fuente: <http://www.lacostadr.com/property/the-residence-en-juan-dolio-> **Figura 58 .The Residences**





#### 4.8 VALOR DEL SUELO JUAN DOLIO

De acuerdo al levantamiento realizado en Juan Dolio sobre la venta de terreno, cabe destacar que existe un rango diferencial muy alto entre los precios del mercado, yendo desde los US \$ 170,90/M2 a los US \$ 1,471, arrojando un valor en promedio de US \$ 820,5/m2.

Por otro lado, cabe destacar en función de la proximidad de los lotes 2,4 y 6 y su similitud de las muestras en función de los metros cuadrados, se puede concluir que el valor de mercado se encuentra poco regulado.

#### Tabla 08. Terrenos.

**Fuente:** Elaboración propia basado en publicaciones de ventas.

Terrenos	Referencia	m2	Precio US \$	Precio US \$/ M2
1	Dentro del proyecto Metro Club	643,55	110,000	170,92
2	Frente al mar	3,000	2,100,000	700
3	Proximidad inmediata con proyecto Metro Club	4,797	4,077,450	850
4	Frente al mar	2,225	1,112,500	500
5	Guavaberry Club	853	69,000	80,89
6	Frente hotel Talanquera	1,699	2,500,000	1,471
7	Borde Autopista del Este	7,807	5,000,00	640,45
8	Villas del Mar	875	218,750	250
9	Proximidad inmediata con proyecto Marbella	10,500	4,725,000	450



**Figura 59 . Oferta Terrenow**  
Fuente: Elaboración propia con planimetría de Google Earth

#### 4.9 SISTEMA DE SALUD EN LA REPÚBLICA DOMINICANA EXTRANJEROS

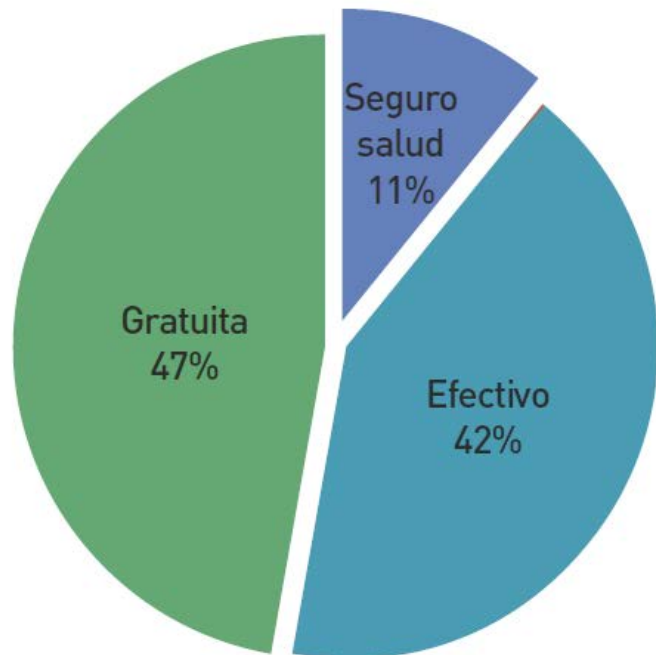
Antes de evaluar los equipamientos de servicios de salud en la localidad de Juan Dolio, es importante entender como opera el sistema de salud dominicano, enfocado en el usuario extranjero. Por motivos geográficos y económicos los inmigrantes haitianos constituyen evidentemente la gran mayoría de inmigrantes extranjeros del país y en menor proporción, originarios de Estados Unidos, China, Cuba, Colombia, y de países europeos, principalmente España.

El sistema de salud dominicano se encuentra dividido por el sector público y el sector privado. Los principales actores del sector público son el Ministerio de Salud Pública (MSP), el Consejo Nacional de Salud (CNSS), la Tesorería de la Seguridad Social (TSS) y el Seguro Nacional de Salud (SENASA), que es la principal aseguradora pública. El sector privado comprende a las Administradoras de Riesgos de Salud (ARS), los proveedores de servicios privados de salud y las organizaciones no gubernamentales que trabajan en el área de la salud.

Los distintos organismos funcionan bajo el siguiente esquema, el MSP recibe fondos de origen fiscal que son los que financian su red de prestadores que atiende a la población pobre que todavía no ha sido asegurada por el sistema. Esta población paga una cuota de recuperación después de recibir muchos de los servicios. Por lo que hay una importante población que recibe atención gratuita, incluyendo la población de origen extranjero. Sin embargo hay que destacar que la calidad de las instituciones de salud pública dominicana son inferiores a los servicios privados, a diferencia de otros países desarrollados bajo el mismo funcionamiento.

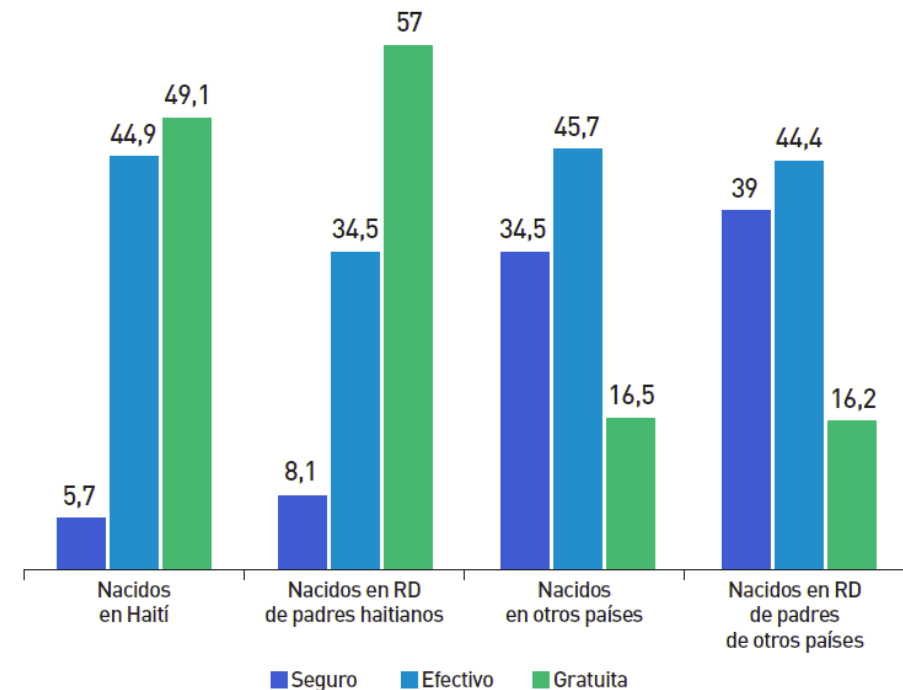
Los fondos de las cotizaciones de empleados públicos y empleadores privados los recauda la TSS, que depende del CNSS. La TSS transfiere a cada ARS un pago total correspondiente a la cantidad de sus afiliados multiplicado por un per cápita determinado. Como en Chile se encuentran las ISAPRES, las ARS privadas sólo pueden afiliar población contributiva y vender planes privados de seguros de salud.

En la investigación se indagó acerca del modo en que la población de origen extranjero recibió atención médica. De acuerdo al gráfico 60, el 47% de esta población recibió atención médica de manera gratuita, un 42% pagó en efectivo o le prestaron dinero para ello y un 11% utilizó un seguro médico.



**Figura 60 .** Forma de pago total de la población de origen extranjero  
Fuente: IENI-2012.

Conforme a los datos obtenidos, un 47% del total de la población extranjera obtuvo de forma gratuita los servicios de salud pública, la mayoría de estos fueron de origen o de ascendencia haitiana, siendo minoría aquellos nacidos o de ascendencia en otros países distintos a Haití, los cuales pagan al costo los servicios de salud



**Figura 61 .** Formas de pago de la atención de salud según población de origen (%)/ Fuente: IENI-2012.(2010)

Por otro lado, la República Dominicana, cuenta con la Garantía Migratoria Internacional (GMI), el cual es un servicio consular bajo la autorización del Ministerio de Relaciones Exteriores, que le garantiza a los ciudadanos extranjeros que ingresan a la República Dominicana, la repatriación en caso de deportación legal o fallecimiento, así como una cobertura destinada a una emergencia médica en territorio nacional aparte de considerar consulta médica por enfermedad preexistente, durante el tiempo de vigencia de la visa otorgada.

Por otro lado, como consecuencia de la búsqueda constante de mejores soluciones a precios más bajos, el turismo de salud es una de las tendencias que crece de manera constante a nivel mundial, esto de la mano con la volatilidad del dólar y otras monedas internacionales que cotizan por encima de las divisas latinoamericanas, por lo que se espera el aumento de las competencias para hacer frente a una creciente demanda de pacientes extranjeros que traen consigo nuevas oportunidades para impulsar y fortalecer el bienestar del sector salud en la región.

Los pacientes estadounidenses pueden ahorrar entre veinte (20) y ochenta (80) por ciento del costo total de una cirugía si ésta se realiza en países latinoamericanos.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) clasificó los sistemas de salud mundial en el 2000, el único reporte que ha producido desde entonces. Según este, los sistemas de salud de más alto nivel en América Latina se encontraban en Colombia, Chile, Costa Rica, Cuba y la República Dominicana, en ese orden.

En cuanto al Índice de Turismo de Salud desarrollado por Fetscherin & Stephano y recogido por Ostelea School of Tourism & Hospitality en el 2017. República Dominicana ocupa el puesto número seis en la industria de turismo médico en América Latina Mientras que a nivel mundial se posiciona en el veintidós (22), superando a países como México y Argentina. En este estudio República Dominicana es superada a nivel latinoamericano por Costa Rica, Brasil, Jamaica, Colombia y Panamá en el mismo orden.



Posición	Destino	Índice de Turismo Médico
1	Canadá	76.9
2	Reino Unido	74.8
3	Israel	74.2
4	Singapur	74.0
5	Abu Dabi	73.3
6	Costa Rica	72.8
7	Italia	72.0
8	Jordania	71.1
9	Alemania	70.7
10	Filipinas	70.7
11	Japón	70.4
12	Francia	70.2
13	Corea del Sur	10.0
14	Taiwan	69.4
15	España	69.3
16	Brasil	67.9
17	Jamaica	67.7
18	India	67.5
19	Colombia	67.4
20	Panamá	67.0
21	Dubái	66.1
22	República Dominicana	66.0
23	Polonia	65.5
24	Tailandia	65.5
25	Argentina	64.4
26	China	63.1
27	Sudáfrica	62.1
28	México	61.0
29	Turquía	61.0
30	Rusia	50.3

**Tabla 09.** ToP 30 destinos medico a nivel mundial.

**Fuente:** investigación de Fetscherin.

La República Dominicana constituye país con un gran potencial para introducirse en el mercado del turismo médico por su inmejorable posición geográfica y los bajos costos de los servicios. En los últimos años se ha posicionado, gracias al prestigio de sus centros médicos, como el lugar ideal para realizar intervenciones como trasplantes cardíacos y medulares, cirugía de pérdida de peso y servicios de bienestar integral. Además, una de las ventajas que ofrece República Dominicana consiste en la sólida oferta a nivel de opciones de alojamiento, que se pueden conseguir fácilmente en algunas de las proximidades a los mejores centros de salud del país.

## 4.10 EQUIPAMIENTOS

### 4.10.1 CENTROS DE SALUD Y FARMACIAS

La infraestructura de salud existente en Juan Dolio es relativamente escasa si lo vemos en términos cuantitativos, sin embargo considerando que Juan Dolio cuenta con 2,488 habitantes (censo 2010), su cercanía con la capital de provincia San Pedro de Macoris, resulta suficiente. Existen tres centros de salud y tres farmacias, además un centro de emergencias.

#### LEYENDA

- Centros Médicos/Hospitales
- Farmacias
- Emergencia



Figura 62. Farmacia

Fuente: <https://placesmap.net/DO/Farmacia-Carol-3194/>



Figura 63. Centros de Salud  
Fuente: Elaboración propia.

#### 4.10.2 EQUIPAMIENTO RECREATIVO / SUPERMERCADOS

Dado que Juan Dolio es una comunidad turística, abundan los equipamientos recreativos como los restaurantes, bares y cuenta con dos de los veintiséis (26), campos de golf de alto estandar distribuidos a lo largo del país. Sin embargo, Juan Dolio no posee parques municipales.

- LEYENDA
- Centros Médicos/Hospitales
  - Restaurantes
  - Bares
  - Campos de Golf

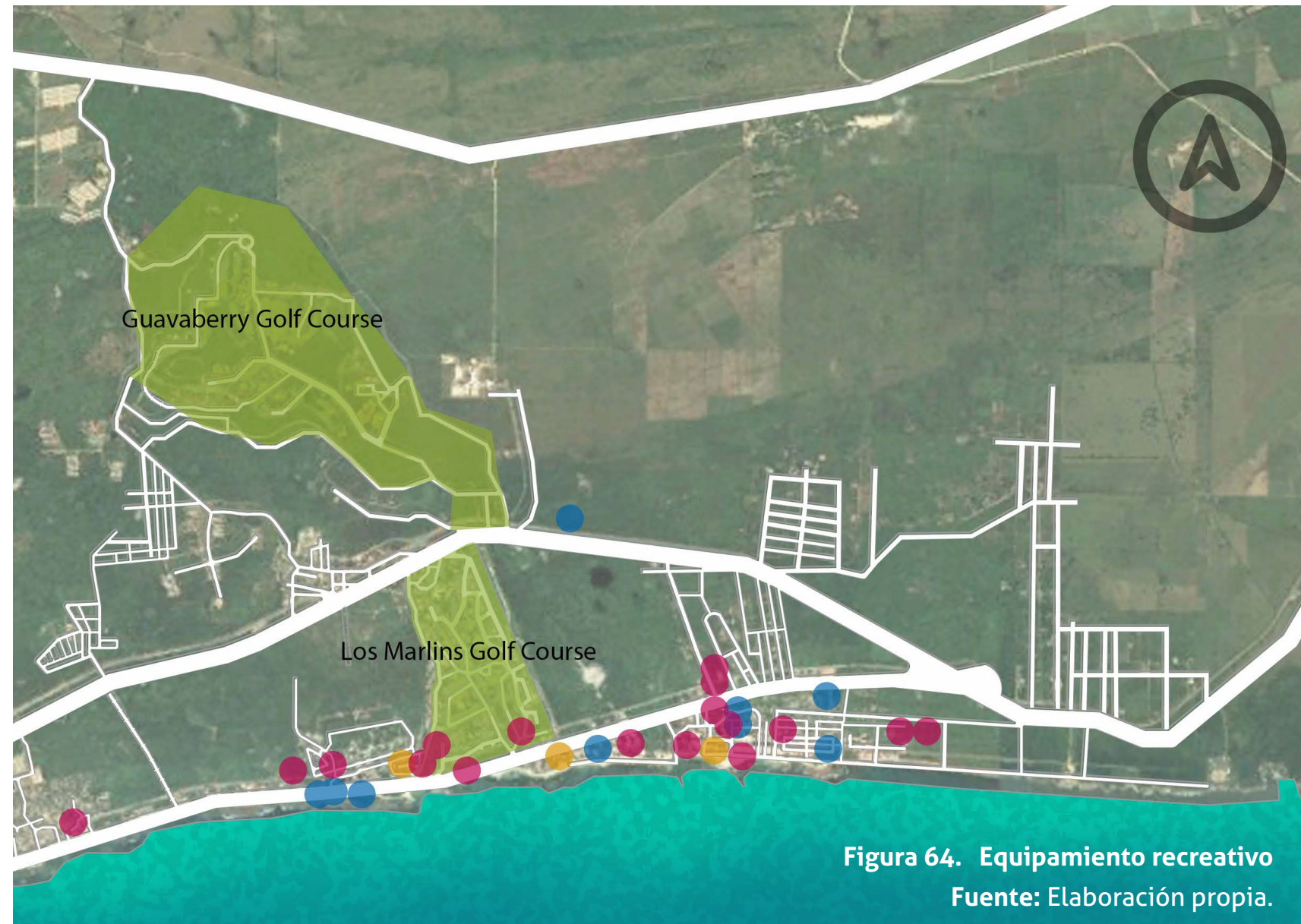


Figura 64. Equipamiento recreativo  
Fuente: Elaboración propia.



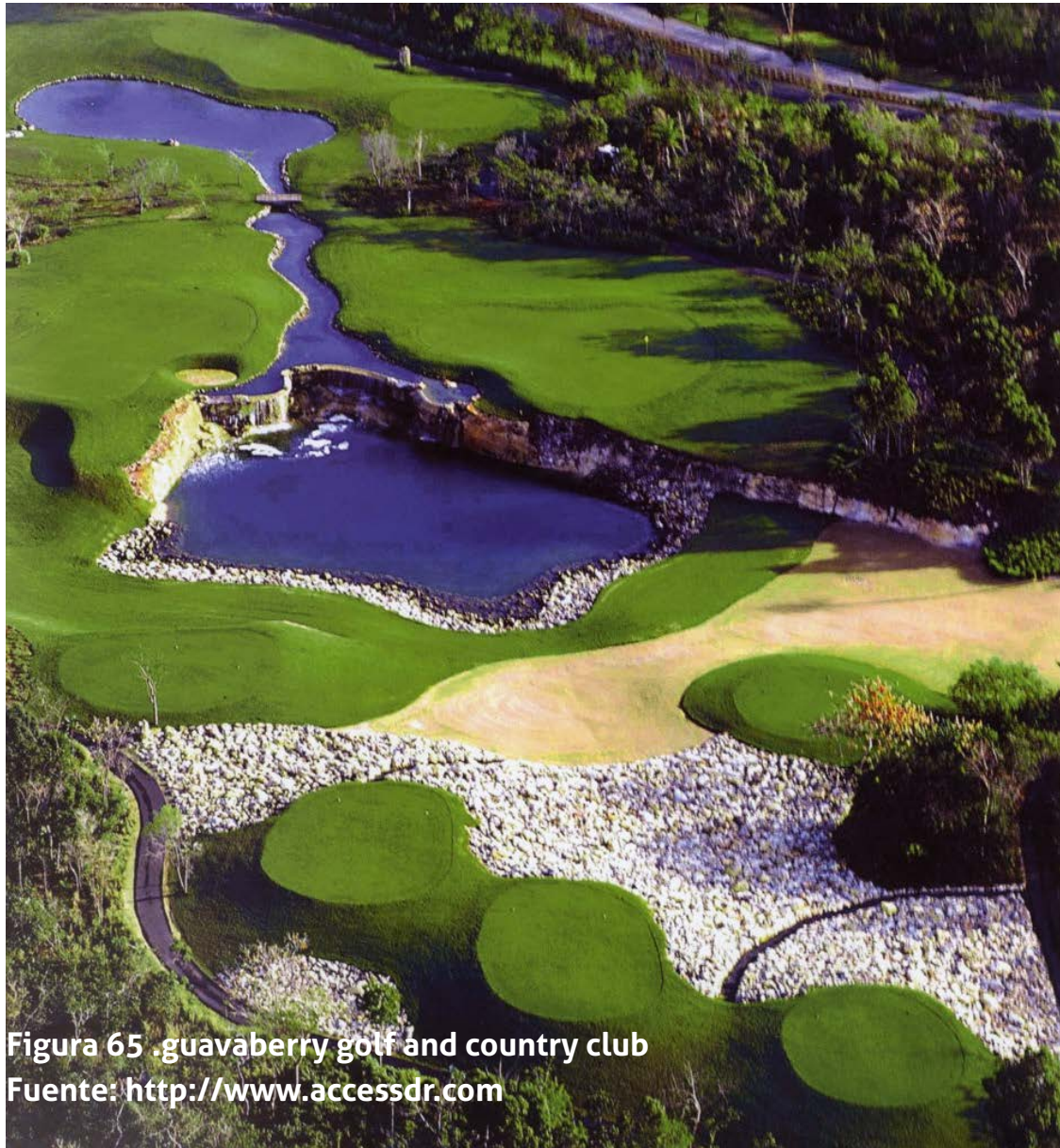


Figura 65 .guavaberry golf and country club  
Fuente: <http://www.accessdr.com>







Figura 67 .los marlins golf course  
Fuente:<http://www.lacostadr.com>





Figura 67. Banco Popular  
Fuente: Recurso propio.



Figura 68. Centro de Emergencia  
Fuente: Recurso propio.



Figura 69. Centro Médico  
Fuente: Recurso propio.



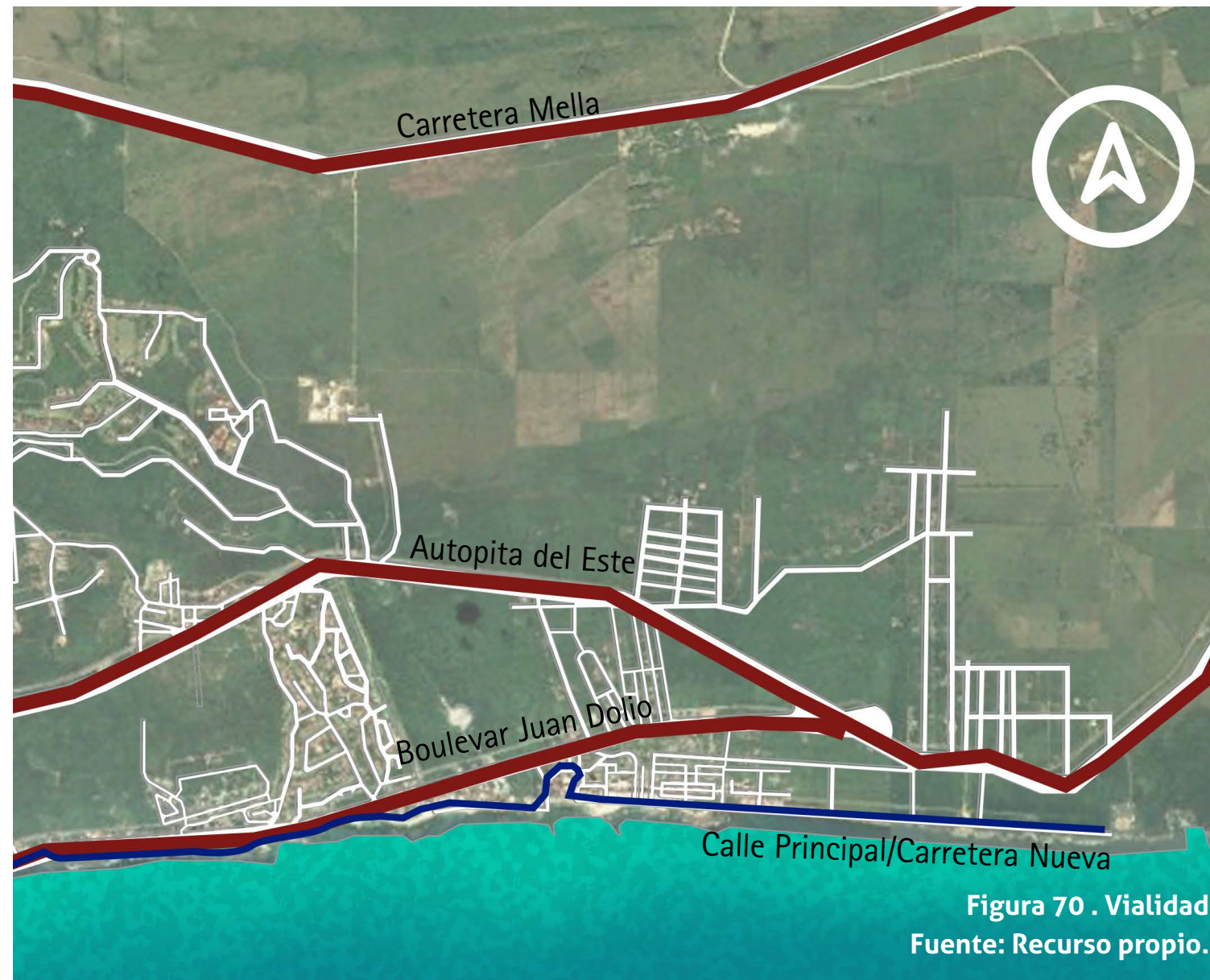
#### 4.11 VIALIDAD Y TRANSPORTE

La infraestructura vial existente es adecuada y se encuentra en buenas condiciones. En cuanto al transporte público interno en la localidad, es prácticamente nulo, debido a la baja densidad de la misma. El transporte interurbano, las condiciones de las terminales de ruta interurbana es muy deficiente, a nivel local debido a su dimensión no cuenta con locomoción.

El acceso principal de la localidad es realizada a través de la denominada autopista del Este, la cual se dirige a La Romana.

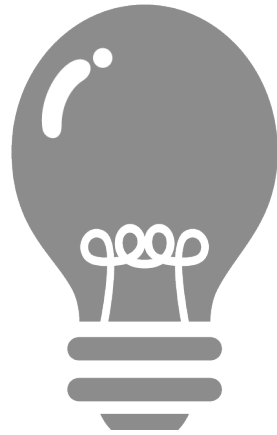
Jerarquía de Vías

- Primarias
- Secundarias



## 4.12 SERVICIOS BÁSICOS

### 4.12.1 ELECTRICIDAD



**Figura 71.** Compañía eléctrica  
Fuente: [www.edeeste.com.do](http://www.edeeste.com.do)

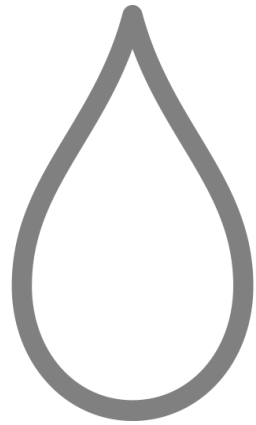
La empresa distribuidora de electricidad del Este, EDEESSTE, tiene la concesión de la comercialización y distribución de energía eléctrica de las provincias pertenecientes a la región este del país, incluyendo San Pedro de Macorís.

Conforme el Censo Nacional de Población y Vivienda del 2010 el porcentaje de hogares con provisión de energía eléctrica en Guayacanes es del 96.9%. Los principales problemas que enfrentan los usuarios de este servicio son: el precario suministro de energía eléctrica, ya que se producen apagones.



**Figura 72 .**Conexiones Luminarias  
Fuente: Fátima Pérez T., Rosalía Restituyo P, 2011

#### 4.12.2 AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO



La institución encargada del suministro de agua potable en el municipio de San Pedro de Macorís es el Instituto Nacional de Agua Potable Y Alcantarillado (INAPA), sin embargo, el agua no es apta para el consumo humano.

Según el último censo, los hogares se abastecen del agua servida por INAPA por medio de las redes de distribución, donde estas existen. Sin embargo, otra forma de abastecimiento de agua en algunos sectores, es por medio de los minis-acueductos construidos por la municipalidad, algunas instituciones privadas y ONG's, en algunas zonas rurales es a través de los ríos, camiones y pozos tubulares, a pesar de la cantidad de salinidad que contiene este el agua en las zonas costeras.

El sistema existente de acueducto y operan de manera deficiente, debido al crecimiento poblacional que ha experimentado la zona y a que la capacidad instalada no cubre las necesidades requeridas de la población.

El proyecto de mejoramiento y ampliación acueducto y terminación alcantarillado sanitario Juan Dolio-Guayacanes ,2016, se encuentra dentro de los proyectos de inversión pública. El cual resalta las siguientes problemáticas centrales:

- Falta de suministro eficiente en calidad, cantidad y continuidad de agua potable para consumo humano.
- La recolección deficiente de las aguas residuales por la no culminación de la construcción del sistema de alcantarillado sanitario de la zona.

El sistema de alcantarillado y agua potable es unos de los mayores déficit que enfrenta la localidad.





**Figura 73 .Vista Aerea Costa 2008**  
**Fuente: Ricardo Rodriguez**

La calidad de los servicios básicos en las localidades turísticas de la República Dominicana, siempre ha sido un reto, quedando por debajo de la demanda real de dichas ciudades. Y originando que la inversión inmobiliaria deba ser mayor para crear la red de autoservicio y por otra parte, originar contaminación ambiental, dado a la mala práctica de pozos sépticos que contaminan el subsuelo.

Juan Dolio ha logrado resistir diferentes crisis, y pese a no contar con el suficiente respaldo estatal, ha sabido sobreponerse con la construcción de nuevas propuestas, todas en materia turística, por lo que se debe continuar la alianza público-privada y mejorar la infraestructura de servicios para atraer nuevos inversores.





Figura 74 .Vista Aerea Costa 2015

Fuente: <https://www.flickr.com/photos/129463679@N03/>



#### 4.13 RENTABILIDAD ECÓNOMICA APARENTE

Con fines de estimar la factibilidad económica de un proyecto en Juan Dolio, se realizó una evaluación estática (sin el efecto de flujos en periodos de tiempo). Para esto se resumieron los egresos, los ingresos y el margen neto sobre las ventas de la utilidad aparente (estática), y la rentabilidad sobre la inversión, considerando esta última igual a los costos totales del proyecto (egresos de implementación).

##### -PROPUESTA DE PROYECTO EN EVALUACIÓN/ CASO PROYECTO TEPUY

Para la evaluación económica se escogió uno de los proyectos existentes en el mercado, en este caso el proyecto Tepuy, fue elegido debido a que se consideró un proyecto ideal para la instalación del segmento, al ser de baja densidad y altura, también por otro lado resulta ser el más desfavorable, dado que es más cercano al desarrollo horizontal que vertical, por lo tanto menos unidades para vender.



Figura 75. Proyecto Tepuy.

Fuente: <https://www.flickr.com/photos/129463679@N03/>

Tabla 10. Evaluación Económica proyecto Tepuy.

Fuente: Elaboración propia.

ANALISIS DE PREFACTIBILIDAD				
DATOS				
SUPERFICIE TERRENO	16,500.00	m <sup>2</sup>		
SUPERFICIE VIVIENDAS TOTAL	10,912.00	m <sup>2</sup>		
SUPERFICIE VIVIENDAS TIPO A	5,248.00	m <sup>2</sup>	82	m <sup>2</sup>
SUPERFICIE VIVIENDAS TIPO B	1,968.00	m <sup>2</sup>	164	m <sup>2</sup>
SUPERFICIE VIVIENDAS TIPO C	3,696.00	m <sup>2</sup>	154	m <sup>2</sup>
SUPERFICIE TOTAL DE VIVIENDAS	10,912.00	m <sup>2</sup>		
SUPERFICIE DE OCUPACION SUELO	2,125.44	m <sup>2</sup>		
SUPERFICIE DE VIVIENDAS TOTAL	76,515.84	m <sup>2</sup>		
AREA ESTACIONAMIENTOS	3,250.00	m <sup>2</sup>		
AREA COMUN (8%)	6,121.27	m <sup>2</sup>		
AREA URBANIZACIÓN	11,124.56	m <sup>2</sup>		
VALOR TERRENO	300.00	US\$/m <sup>2</sup>		
VALOR NETO CONSTRUCCION VIVIENDAS	300.00	US\$/m <sup>2</sup>		
VALOR NETO CONSTRUCCION AREA COMUN (INTERIOR EDIFICIOS)	200.00	US\$/m <sup>2</sup>		
VALOR NETO CONSTRUCCION URBANIZACION	60.00	US\$/m <sup>2</sup>		
VALOR NETO CONSTRUCCION ESTACIONAMIENTOS	100.00	US\$/m <sup>2</sup>		
VALOR VENTA VIVIENDAS (PROMEDIO)	126,149.33	US\$/m <sup>2</sup>		
VALOR DE VENTA VIVIENDAS TIPO A	102,000.00	US\$/ Un	96	unidades
VALOR DE VENTA VIVIENDAS TIPO B	145,700.00	US\$/ Un	12	unidades
VALOR DE VENTA VIVIENDAS TIPO C (PENTHOUSE)	130,748.00	US\$/ Un	24	unidades
VALOR DE VENTA ESTACIONAMIENTO ADICIONAL	2,000.00	US\$/ Un	58	unidades
<b>INGRESOS US\$</b>				
VENTA VIVIENDAS TIPO A	9,792,000.00	US\$		
VENTA VIVIENDAS TIPO B	1,748,400.00	US\$		
VENTA VIVIENDAS TIPO C	3,137,952.00	US\$		
VENTA ESTACIONAMIENTOS ADICIONALES	116,000.00	US\$		
<b>VALOR DE VENTA TOTAL</b>	<b>14,678,352.00</b>	<b>US\$</b>		

<b>VALOR DE VENTA TOTAL</b>	<b>14,678,352.00</b>	<b>US\$</b>		
<b>EGRESOS US\$</b>				
<b>COSTO DEL TERRENO</b>	<b>4,950,000.00</b>	<b>US\$</b>		
COSTO DIRECTO DE CONSTRUCCION VIVIENDAS	3,273,600.00	US\$		
COSTO DIRECTO DE CONSTRUCCION A. COMUN (INTERIOR EDIFICIOS)	1,224,253.44	US\$		
COSTO DIRECTO DE CONSTRUCCION PARQUEOS	325,000.00	US\$		
COSTO DIRECTO DE CONSTRUCCION URBANIZACION	667,473.60	US\$		
C.D OBRAS DE SERVICIO DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO	1,207,871.95	US\$	22%	CDC
<b>COSTO DIRECTO DE CONSTRUCCION TOTAL</b>	<b>6,698,198.99</b>			
ITBIS CONSTRUCCION (18%)	N/A	US\$		
HONORARIOS PROFESIONALES	334,909.95	US\$	5%	CDC
CERTIFICACION Y PERMISOS	167,454.97	US\$	3%	CDC
COSTOS LEGALES	133,963.98	US\$	2%	CDC
PUBLICIDAD Y PROMOCION	133,963.98	US\$	2%	CDC
GASTOS GENERALES EMPRESA	334,909.95	US\$	5%	CDC
COMISIONES POR VENTA	293,567.04	US\$	2%	VENTA
ITBIS VENTA (18%)	0	US\$	0	VENTA
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>13,046,968.86</b>	<b>US\$</b>		

Los precios de ventas de las unidades de los departamentos fueron tomados en base a los precios reales del proyecto, sin embargo el valor del terreno fue basado en el análisis previo del mercado. Dentro de los egresos se asumió un estimado del 20% del costo total de construcción destinado para la habilitación del alcantarillado, por otro lado asumen los beneficios de la ley de incentivo turístico, eliminando el ITBIS de construcción. Según los valores determinados del proyecto Tepuy, el proyecto tiene una rentabilidad de un 13% sobre la inversión.





4.14 FODA  
JUAN DOLIO - INVERSIÓN

---

FORTALEZA

---

OPORTUNIDADES

---

DEBILIDADES

---

AMENAZAS

Figura 76  
Fuente: Ineed.Vacations

-Cercanía a importantes puntos turísticos (Santo Domingo y Punta Cana) y buena conexión vial entre ellos.

-Gran porcentaje de terreno vacantes.

-Aprovechamiento de recursos naturales con fines turísticos.

-Aumento de ocupación hotelera (mayor flujo de turistas)

-Infraestructura de servicios deficiente.

-Falta de planificación urbana.

-Deficiencia en alcantarillado sanitario.

-Invasión de franja marítima por parte de los proyectos privados.

-Plusvalía del precio del terreno

-Topografía Plana

-Localidad pequeña y caminable.

-Precios de vivienda más bajos en comparación con otros polos turísticos más desarrollados.

-Falta de espacio público y equipamiento urbano.

-Presenta porcentaje elevado de población flotante.

-Privatización de la playa.

-Existencia de dos importantes campos de golf.

-Diversidad de actividades recreacionales.

-Posibilidad de fomentar el destino para competencias de golf para la tercera edad.

-Inestabilidad con el servicio eléctrico y recogida de basura.

-Mal manejo de los desechos sólidos por instalaciones hoteleras.



#### 4.15 FODA INSTALACIÓN DE SEGMENTO DE JUBILADOS

En base a lo estudiado, se proponen distintos ejes considerados importantes para las personas en retiro para el diagnóstico de la localidad.



## EJES DE RETIRO

<b>INFRAESTRUCTURA DE SALUD</b>	-Cercanía a los centros más importantes del país ubicados en Santo Domingo.
<b>COSTO DE VIVIENDA/ EQUIPAMIENTO</b>	-Existen ofertas de viviendas ajustados a distintos segmentos socioeconómicos. Posee una gran cantidad de equipamientos recreativos. Normativa privilegia alturas.
<b>CONECTIVIDAD Y TRANSPORTE</b>	-Cercanía de los aeropuertos con mayores flujos de turistas extranjeros. Vialidad en buen estado. Fácil acceso a rutas interurbanas.
<b>SEGURIDAD PÚBLICA / INFRAESTRUCTURA DE SERVICIO</b>	-Los inversionistas privados han contribuido en el desarrollo de infraestructura y seguridad
<b>FACILIDAD DE INTEGRACIÓN</b>	-Es una comunidad turística que tiene buena recepción de las personas extranjeras.

OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>-Al promoverse la instalación del nicho de jubilado se mejoraría la infraestructura de salud existente.</p>	<p>-La infraestructura de salud actual no sería suficiente para cubrir todas las demandas del nicho.</p>	<p>-Los equipamientos de salud actuales o pueden verse sustituidos por equipamientos de origen extranjero.</p>
<p>-Desarrollo de nuevas propuestas para el nicho de jubilados extranjeros a precios asequibles por la demanda.</p>	<p>-No existe un planeamiento urbano concreto que tenga una visión sostenible del crecimiento turístico.</p>	<p>-La plusvalía de los terrenos puede desplazar la población local.</p>
<p>-Creación de terminales en la localidades con destinos a otros puntos turísticos o con comunicación con otras terminales.</p>	<p>-No existen rutas locales reguladas para el transporte interno.</p>	<p>-Que aumente considerablemente el costo del precio del transporte por la demanda y afecte a la población local.</p>
<p>-Concentración de la propuesta de mejora de agua potable y alcantarillado, Plan Público.</p>	<p>-La infraestructura de servicios es insuficiente. Los inversores deben invertir para factibilidad de proyectos.</p>	<p>-Al no tener un plan urbano, puede que en términos vial tampoco se considere la proyección de la demanda flotante.</p>
<p>-Creación de gremios y asociaciones locales por parte de las personas en retiro.</p>	<p>-Actualmente no cuenta con comunidad de retirados.</p>	<p>-Segregación social entre el segmento evaluado con la población local.</p>





Figura 76.  
Fuente: Ineed.Vacations





Juan Dolio es una comunidad con alto potencial para el segmento de jubilados, por ello es necesario la creación de una marca ciudad, respaldada por el fortalecimiento de la estrategia Marca-país existente.

La creación de Marca Ciudad no solo abarcará los aspectos publicitarios que debe contener la estrategia, si no que apuntará a que se concrete como parte importante de la economía local, realizando los ajustes necesarios para que sea viable y exitoso.



JUAN

REST CITY  
DOMINICAN REPUBLIC



LILO



MARCA-CIUDAD JUAN DOLIO



República Dominicana

Lo tiene todo

Figura 77. Logo marca ciudad República Dominicana  
Fuente: [www.norteenlinea.com](http://www.norteenlinea.com)

### 5.1. MARCA CIUDAD

El crecimiento de las ciudades obliga la evaluación de todas sus oportunidades de desarrollo, en el caso de la República Dominicana, en gran parte de sus ciudades el turismo configura una de las alternativas de mayor potencial. Para convertir de esto un hecho concreto es posible el diseño de estrategias configuradas dentro del concepto de marca-ciudad, donde la localidad sea posicionada con valor a su identidad social, donde su población se sienta participe del desarrollo y lo comparte con el visitante.



La realización de una marca ciudad radica en el marketing, también conocido como City Marketing o marketing urbano, consiste en que al igual que existen las marcas de productos y servicios para el consumo, se desarrolla una marca comercial de la ciudad, la cual transmite los valores y cualidades de la ciudad a futuros turistas potenciales y que los habitantes de la misma se sientan identificados y satisfechos con la experiencia de la visita.

Por lo que en este último acápite del estudio, se realiza una evaluación de los componentes principales que afectan en la creación de la Marca Ciudad, Juan Dolio, República Dominicana y se establecerán las directrices básicas para la captación del segmento apuntado.




## 5.2 ANÁLISIS PESTLE -SITUACIÓN MARCA-PAIS

## POLITICOS


-Estabilidad Política. 

-Políticas de gobierno con enfoque al turismo.

-Alto nivel de percepción de corrupción del dominicano ante los organismos de carácter público.

-Falta de creación de planes de salud locales dirigidos a este mercado 

## ECONÓMICOS


-Evolución de la tasa del dólar americano se muestra de manera ascendente con los años. 

-Costos de servicios médicos a menor precio.

-Bajo costo de vida


-Valor atractivo de propiedades Inmobiliarias y rentas.

## SOCIOCULTURALES

-EL Idioma Inglés, es asumido a nivel comercial y en las regiones turísticas del país. 

-Familiaridad y visitas previas con el destino RD.

-Buena cultura de servicio del dominicano debido a su exposición a causa del turismo.

-Bajo nivel de opciones de trabajos como voluntarios y de Inserción en el mercado laboral. 

## T ECNOLÓGICOS

-Buen sistema de carreteras.



-Numerosos vuelos diarios y múltiples aeropuertos

-Bajo nivel de promoción a nivel país en canales especializados y con mensajes claros de los beneficios y bondades del retiro en RD.

-Inexistencia de transporte público de calidad.



## E COLÓGICOS

-La economía de importantes sectores están estrechamente vinculada al aprovechamiento de los recursos naturales, como el turismo.



-Incumplimiento de las normas actuales y falta de una Ley de Ordenamiento Territorial.

-Insuficiencia en la recogida de desechos sólidos por sectores .



## L EGALES

-Falta de organismo dentro del ministerio público enfocado en la atracción de jubilados extranjeros mediante la ley vigente y de dar servicio y apoyo al expatriado.



-Falta de incentivo legales a desarrolladores privados para crear proyectos para este segmento.

-Inexistencia de planes de desarrollo urbano para la mayoría de las localidades turísticas.

### 5.3 ANÁLISIS PORTE - ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El análisis Porte señala cómo usar la estrategia competitiva y determina la rentabilidad que puede tener la marca en el mercado a largo plazo. Estas 5 fuerzas son:

1. **Rivalidad competitiva:** analiza la competencia actual en el mercado, lo cual está determinado por el número de competidores presentes. 2. **Poder de negociación de la competencia:** Nos permite conocer potencialidad del proveedor y el poder que tiene sobre el potencial de elevar sus precios. 3. **Poder de negociación de los clientes:** Esta fuerza analiza el poder del consumidor y la forma en que esto puede afectar el precio y la calidad. 4. **Amenaza de nuevos participantes:** Determina que tan fácil es para los distintos competidores unirse al mercado del que participamos. 5. **Amenaza de productos o servicios sustitutos:** Esta fuerza analiza la facilidad de los consumidores para cambiar de producto.

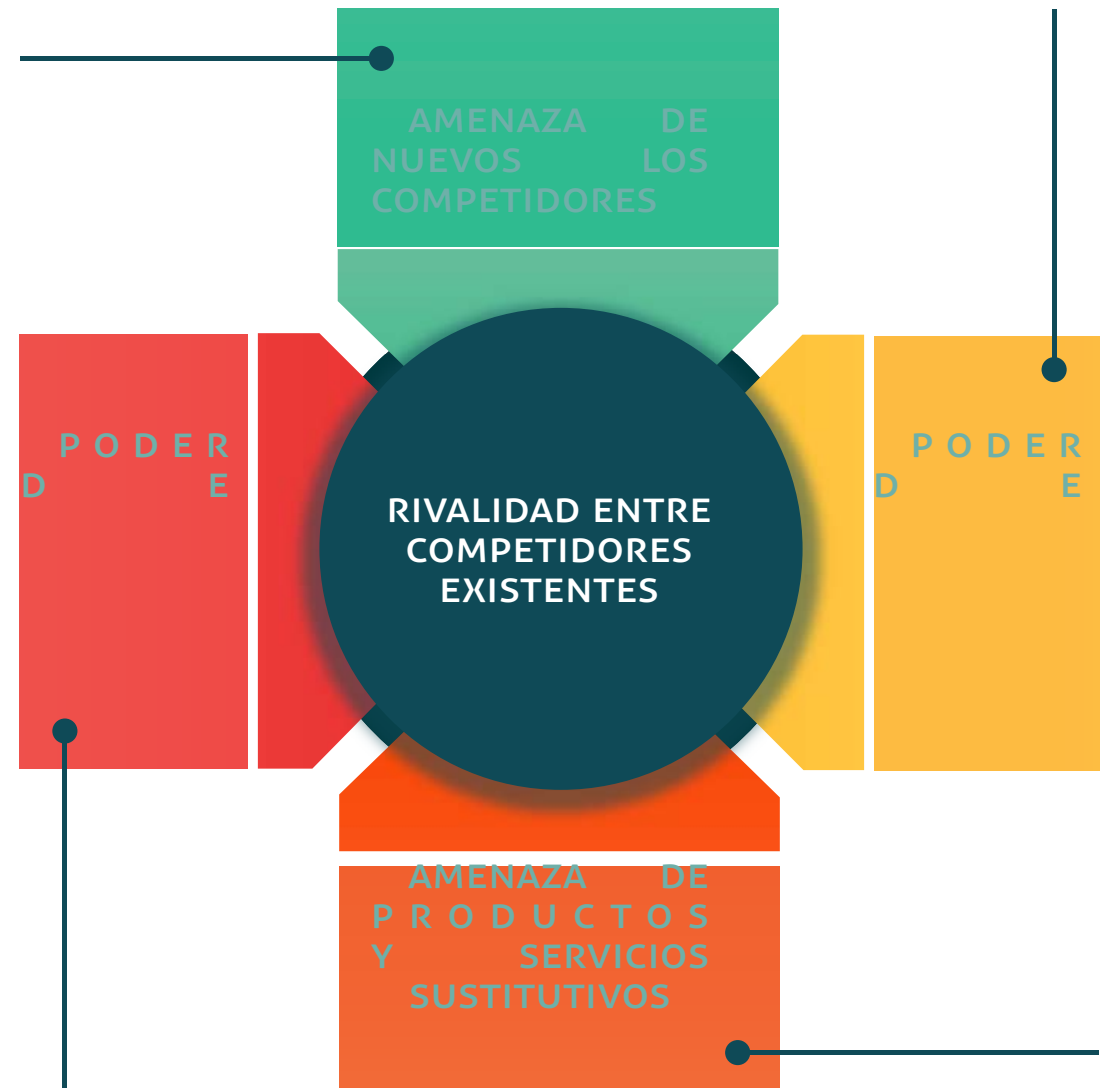


Figura 78. Esquema de Análisis Porter.  
Fuente: Elaboración propia.

Para el diagnóstico de las fuerzas Porter se realizará una segmentación de la competencia a evaluar, en la siguiente iconografía se muestran una diferenciación entre los competidores existentes y nuevos, el criterio de selección fue su trayectoria en el tiempo, países que han desarrollado durante décadas la creación de su marca país para la atracción del segmento objetivo.

Costa Rica, México y Panamá encabezan los tres primeros lugares en los años 2018 y 2019 del listado del Índice de jubilación internacional de International Living 2019, estudio considerado como uno de los más completo y exhaustivo de su tipo, aunque en distintos órdenes. Sin embargo por otro lado, Colombia, Ecuador y Perú se encuentran en los 10 primeros lugares del listado en los últimos años, por lo que se seleccionaron como nuevos competidores en Latinoamérica.

**Figura 79. Competencia en el mercado.**  
Fuente: Elaboración propia.





### 5.3.1 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES.

Para determinar los distintos niveles de competitividad, se resaltaron las cuatro categorías del Índice de jubilación internacional del estudio International Living consideradas de mayor relevancia.

1. Compra e Inversión (vivienda)
  2. Atención Médica
  3. Beneficios y descuentos
  4. Costo de la vida
1. Compra e Inversión (vivienda)

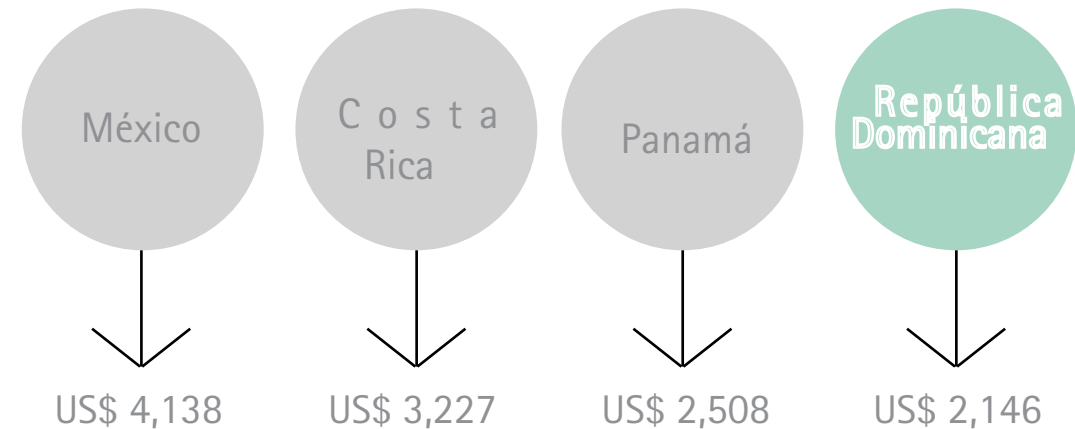
Puntaje	2018	2019
México	89	91
Costa Rica	90	91
Panamá	80	88
<b>República Dominicana</b>	<b>81</b>	<b>95</b>

Tabla 11. Puntajes en compra e inversión

Fuente: Elaboración propia en base a resultados del Índice de jubilación internacional

En la categoría de compra e inversión los países obtienen puntajes muy similares, en cuanto la República Dominicana existen un aumento significativo, obteniendo el mayor número de los cuatro países.

Se realizó un análisis de los precios por metros cuadrados existentes en el mercado de cada país, tomando como características de la muestra, departamentos la primera línea de la playa en zonas turísticas y con metrajés de 100-200 metros cuadrados, obteniendo los siguientes valores:



Puntaje	Zona/Sector	Estado	m2	Ofer- ta	Amenidades	Precio (US\$)	US\$ / M2	Prome- dio
México	Cabo San Lucas, Medano	Nuevo	196	2 D + 2.5 B	El condominio tiene acceso a los servicios del hotel y a los restaurantes y servicios de villa del palmar y villa del arco.	945,000	\$4,821	\$4,138
México	Cabo San Lucas, Medano	Usado	130	3 D + 2.5 B	Terraza jardín con jacuzzi en la azotea estacionamiento para dos autos área de estacionamiento para visitas acceso controlado	449,000	\$3,454	
Costa Rica	Playa Ocotol, Guanacaste	Usado	166	4 D + 3.5 B	Piscina comunitaria, piscina en el terreno y una piscina infinita y un jacuzzi.	624,900	\$3,764	\$3,227
Costa Rica	Santa Cruz, Guanacaste	Usado		2D + 2 B	Piscina comunitaria, piscina en el terreno y un jacuzzi.	279,000	\$2,689	
Panamá	El Cangrejo Cloé	Nuevo	153	3 D + 2. B	Terrazas abiertas, sala de fiestas, piscina, solárium, área de juegos infantiles, área de gimnasio con vestidores	398,000	\$2,601	\$2,508
Panamá	Nueva Gorgona,	Nuevo	140	3 D + 2. 5 B	Terrazas abiertas ,sala de fiestas, piscina infinita, solárium, canchas deportivas, planta eléctrica, tanques de reserva de agua y área de juegos infantiles	337,950	\$2,414	
República Dominicana	Juan Dolio	Nuevo	115	3D-2B	Quincho, club de playa, cancha de baloncesto, gimnasio, piscina y bar and lounge.	275,000	\$2,391	\$2,146
República Dominicana	Juan Dolio	Nuevo	170	2D + 2 B	Cancha de tenis, gimnasio, piscina, spa, sala de juegos, piscina en azotea, servicios de Condo Hotel	323,000	\$1,900	

**Tabla 12. Análisis de oferta en la competencia**

**Fuente: Elaboración propia.**

Según los resultado de la búsqueda, República Dominicana ofrece productos inmobiliarios a precios más bajos a los de la competencia.

## 2. Atención Médica

Puntaje	2018	2019
México	90	87
Costa Rica	99	87
Panamá	90	81
<b>República Dominicana</b>	<b>79</b>	<b>75</b>

En la categoría de atención de médica el promedio más elevado lo obtiene Costa Rica con noventa y tres (93) puntos debido a la alta calidad de atención y precios bajos permiten reducir el costo de cada intervención, en comparación con Estados Unidos. Sin embargo, República Dominicana obtiene el promedio más bajo con setenta y siete (77) puntos, esto puede producirse a raíz de que falta fortalecer los acuerdos con los seguros internacionales que abarcan este segmento.

Las fortalezas de la competencia Regional, se puede resumir en el siguiente recuadro:

### México

- Su mayor beneficio radica en la cercanía con Estados Unidos,.
- Actualmente, la calidad de la atención en muchas zonas de México está a la par con la atención en EEUU a un costo menor.
- Tratamientos dentales y cirugía general atraen a los extranjeros.
- Desarrollos residenciales que integran servicios médicos

### Costa Rica

- Aumento en visitación de estadounidenses en busca de un tratamiento médico, según un ranking de la revista International Living.
- Centro médicos acreditados internacionalmente.
- Desarrollos residenciales que integran servicios médicos

### Panamá

- La ley otorga beneficios 10% a 20% de descuento en una gran variedad de gastos médicos para los acogidos al programa de pensionados, en los cuales se incluye recetas medicas, visitas médicas y servicios dentales y oculares.

**Tabla 13-15. Puntajes en atención médica, costos de la vida y beneficios y descuentos.**

**Fuente: Elaboración propia en base a resultados del Índice de jubilación internacional.**

## 2. Costo de la vida

Puntaje	2018	2019
México	88	74
Costa Rica	84	74
Panamá	84	73
<b>República Dominicana</b>	<b>75</b>	<b>77</b>

En la categoría de costo de la vida, en el 2019 se registraron puntajes muy similares entre la competencia y República Dominicana inclusive. Una muestra de ellos son los montos solicitados para la visa de pensionados, Panamá y Costa Rica exigen como pensión mínima de US \$1,000 al mes, mientras que República Dominicana exige como monto mínimo mensual US\$1,500 y México US\$2,600 o su equivalente en la moneda nacional (quinientos días de salarios mínimos mexicanos), sin embargo a pesar de Panamá y Costa Rica tener pensión mínimas más bajas también se consideran la calidad de vida de los mismos.

## 2. Beneficios y descuentos

Puntaje	2018	2019
México	94	97
Costa Rica	82	80
Panamá	100	100
<b>República Dominicana</b>	<b>68</b>	<b>87</b>

En cuanto a la clasificación de beneficios y descuentos que son otorgados por la obtención de visa en calidad de pensionados por los distintos países, Panamá alcanza el puntaje máximo en dos años consecutivos debido a sus exenciones fiscales y los descuentos en distintas categorías, entre ellos la atención médica y a pesar de que República Dominicana tiene exenciones fiscales para este segmento, estos se limitan al inmueble y el traslado de las pertenencias al país, México sin embargo, obtiene ventaja al tener convenio con el gobierno de los estados unidos para evitar la doble imposición de impuestos sobre la renta.



### 5.3.2 AMENAZA DE NUEVOS LOS COMPETIDORES

Como nuevos competidores en Latinoamérica se seleccionaron Colombia, Ecuador y Perú. En el siguiente esquema se sintetizan las fortalezas y debilidades de estos nuevos destinos que perfilan como nuevos competidores:

#### 1. ECUADOR , (4TA POSICIÓN INDICE 2019)

##### FORTALEZA:

- Cuenta con comunidad de expatriados en Cuenca.
- Dólar estadounidense como moneda nacional.

##### DEBILIDADES:

- Fue el mejor destino de retiro durante cinco años, sin embargo ha perdido protagonismo por no innovar en sus estrategias de atracción del segmento.

#### 2. COLOMBIA, (6ta Posición Índice 2019)

##### FORTALEZA

-Cuenta con comunidad de expatriados en Medellín. En el 2017, la Administración del Seguro Social de EE. UU. envió 6.704 cheques de retiro a Colombia, un aumento de 85 por ciento en comparación con el 2010.

-Sistema de salud es de alta calidad, de los mejores a nivel latinoamericano.

-Controles exitosos de la delincuencia en Medellín.

##### DEBILIDADES:

-Alta percepción de delincuencia a nivel internacional

#### 3. PERÚ (8VA POSICIÓN INDICE 2019)

##### FORTALEZA:

-Alto valor de la marca-país, principalmente por su gastronomía.

##### DEBILIDADES:

-Aún no se formaliza proyecto de ley para rentistas y jubilados.

### 5.3.3 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LA COMPETENCIA

Los competidores no tienen mucho poder de negociación en este negocio dado que un aumento significativo de los precios de los productos inmobiliarios o costos de vida, podría traducirse en un desplazamiento del consumidor hacia otros destinos emergentes que representen un menor costo, dado que la emigración de los jubilados se fundamenta básicamente en un factor económico.

En términos generales, los destinos latinoamericanos que apuntan a la captación de este segmento son países que han desarrollado durante varios años una fuerte presencia en la industria turística y que han intervenido su marco jurídico para ello. Sin embargo su nivel de competitividad, depende de diversos factores

### 5.3.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Debido a la competitividad existente entre los distintos países y la continuidad dentro del mercado, puede dar como resultado, que los consumidores puedan conseguir mejor precios y beneficios por ajustes de las leyes y desarrollo de estrategias de cada país .

y áreas de desarrollo dentro del país, motivo donde radica la importancia del fortalecimiento del desarrollo marca-país, en donde el marco legislativo cumple un papel prioritario.

### 5.2.5 AMENAZA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTIVOS

No aplica para este mercado.

## 5.4 PLAN PUBLICITARIO JUAN DOLIO, REST CITY (CIUDAD DE DESCANSO)

### 5.4.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE MARKETING

Desde la perspectiva del marketing territorial, Juan Dolio no cuenta con directrices que permitan la generación de valor desde su identidad, imagen comercial, desarrollo de actividades y exaltamiento de sus atractivos y potenciar su ubicación.

### 5.4.2 OBJETIVOS DE MERCADO

-Posicionar la localidad de Juan Dolio, como primera ciudad proyecto enfocada en el desarrollo inmobiliario y urbano para retirados extranjeros en la República Dominicana.

-Atraer inversiones públicas y privadas para desarrollar la plataforma que sustente la oferta de la marca.

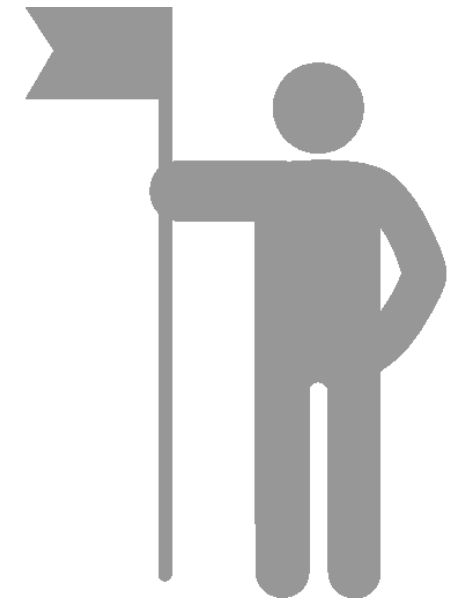
### 5.4.3 DEFINICIÓN DE MACROESTRATEGIAS

El marketing territorial se aborda a través de tres macroestrategias:

1. Diferenciación
2. Posicionamiento de la marca
3. Marketing mix

#### 1. Macroestrategia de Diferenciación

La diferenciación del territorio se fundamenta en su imagen, la cual se compone de dos elementos básicos, la infraestructura y los atractivos naturales.



Entre las acciones alineadas a la macroestrategia están:

1. Desarrollar la imagen iconográfica y eslogan de la marca.
2. Realizar proyectos urbanos que se conviertan en hitos representativos de la ciudad y asegurar la publicación de los mismos en los medios de comunicación.
3. Impulsar el deporte mejorando las instalaciones deportivas y diversificándolas. Actualmente a pesar de la pequeña escala de la ciudad cuenta con dos de los más representativos campos de golf del país.
4. Ampliar a través de campañas y gestiones la certificación de toda las playas. En el 2017 tuvo lugar el izamiento de la Bandera Azul en el segmento de la playa Oasis I, el cual es la certificación que se otorga Fundación Europea de Educación Ambiental a playa que cumplen con altos estándares de calidad en sus servicios.

## 2. Macroestrategia de Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento está orientada a que todos los actores estratégicos tengan una visión compartida del territorio, incluyendo sus habitantes.

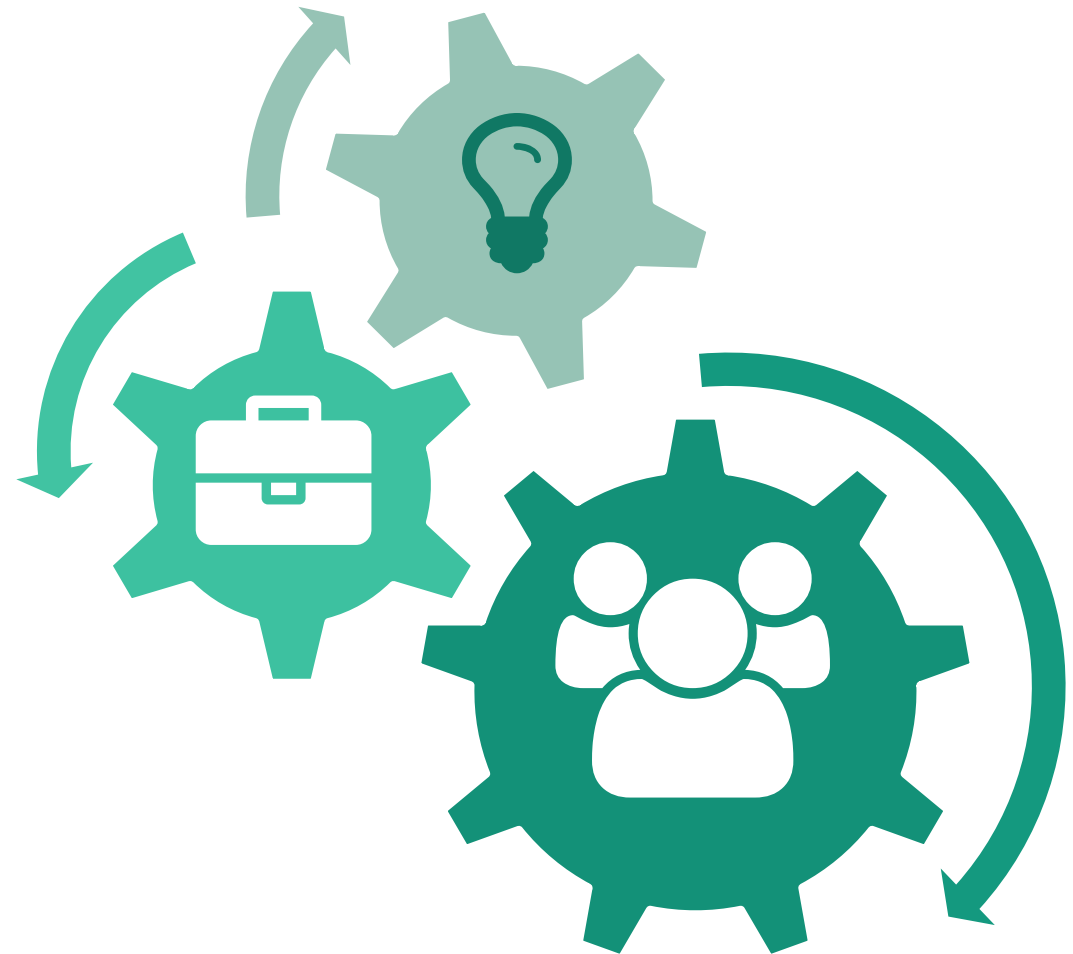


En este sentido, República Dominicana se proyecta como nuevo destino emergente para los retirados, centrándose en el desarrollo de una localidad costera exclusiva a minutos de Santo Domingo para el segmento e jubilados con precios más económicos en sus productos inmobiliarios que los de la competencia líder y pensados en suplir las necesidades de este nuevo nicho.



Entre las acciones alineadas a la macroestrategia están:

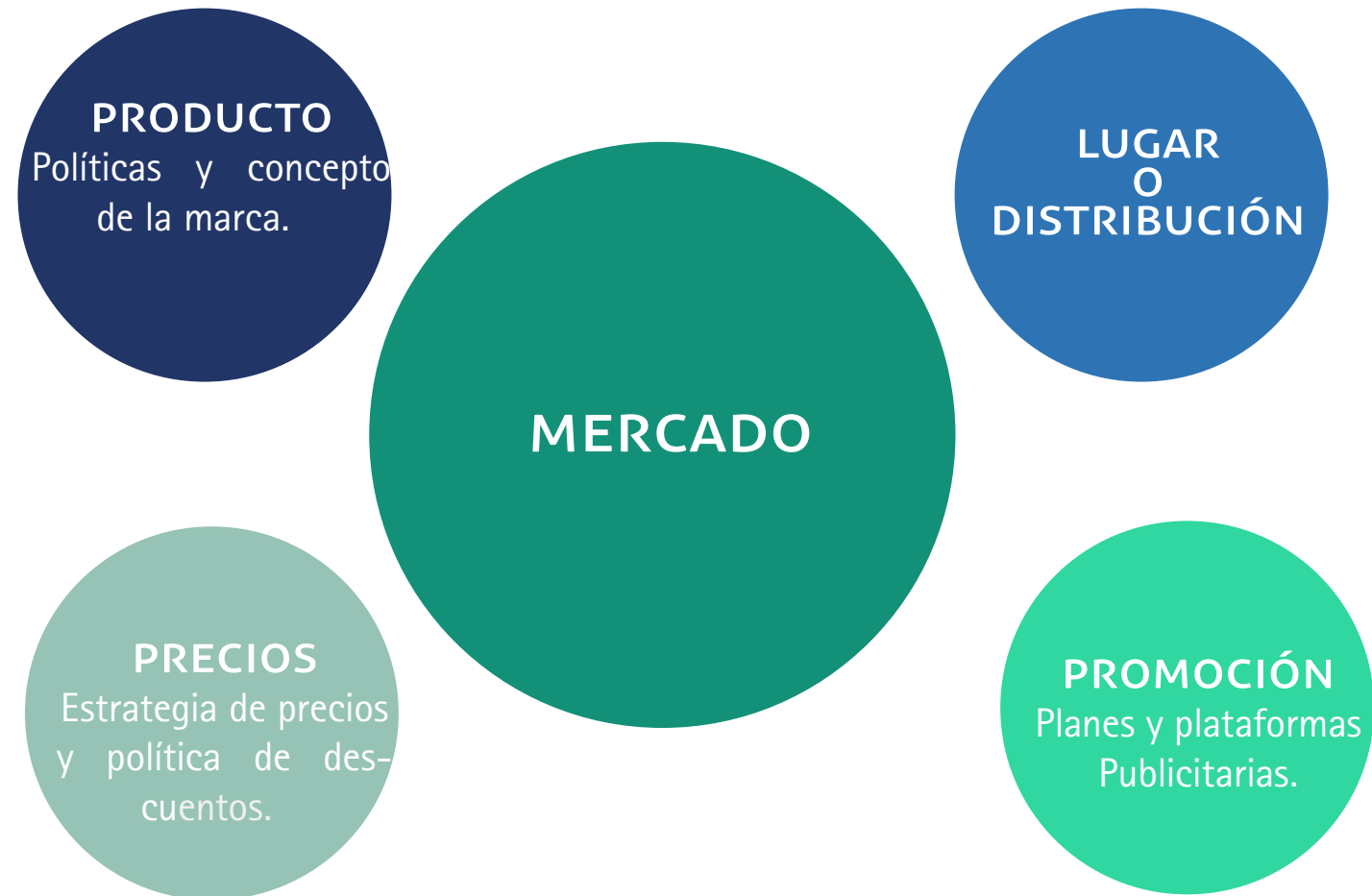
1. Desarrollo de nuevas urbanizaciones exclusivas para el segmento.
2. Creación de oficina que asuma el rol de la promoción de la oferta de retiro en Juan Dolio.
3. Aumentar la oferta de infraestructura de salud a nivel local creando planes de salud locales dirigidos a este mercado.
4. Accesibilidad de costo de los boletos aéreos que faciliten la motivación por conocer, donde en este caso interviene la participación de agencias áreas y plataformas de compra.



### 3. MARKETING MIX

Cuando se decide crear una marca, primero se tiene un concepto o idea, luego se estudia el mercado y después se escoge la estrategia de penetración y de distribución en ese mercado.

El marketing mix constituye un análisis de las estrategias básicas de aspectos internos desarrollados comúnmente por las empresas. Se tienen en cuenta la manipulación de cuatro variables principales del negocio: producto, precio, distribución y promoción, diseñando una estrategia para producir intercambios mutuamente satisfactorios con un mercado objetivo.



- **PRODUCTO Y PRECIO**

El producto es claramente la ciudad, Juan Dolio, la cual se fundamentará en los siguientes conceptos



Costa-Playa



Desarrollo  
Inmobiliario



Deporte y  
Aventura



Salud y  
Bienestar

#### VALORES DE POSICIONAMIENTO

- Costa urbana para retiro.
- Lugar de veraneo de Santo Domingo, accesible, segura, familiar, con equipamiento.
- A Pocas hora de Punta Cana, principal ciudad turística del país.
- Primera ciudad del caribe enfocada en el desarrollo inmobiliario para jubilados extranjeros.
- Invierte en tu segunda vivienda para la Jubilación al mejor precio.
- Golf escénico. Swing entre paisajes de ensueño.
- Snorkeling y buceo.
- Centro de Spa en la costa.
- Ciudad con equipamientos de salud de calidad y a costos asequibles.

Sin embargo el posicionamiento de la marca se realizará fundamentalmente a través de su oferta inmobiliaria de retiro, por lo que debido a los distintos matices del segmento se proponen las siguientes tipologías y precios.



CASAS/VILLAS (55-74 AÑOS)	DEPARTAMENTOS/TOWNHOUSE (55-74 AÑOS)	CASA HOTEL CON CUIDO Y ATENCIÓN PERSONAL (75+)
<p><b>PERFIL SOCIOECONÓMICO</b> Alto poder adquisitivo Sensibles a la seguridad, calidad de la infraestructura y servicios, ofertas de actividades y al deporte.</p> <p><b>RANGO DE PRECIO DE INMUEBLE</b> (Valor fundamentado en oferta existente) US\$ 800 A 1500 /M2</p>	<p><b>PERFIL SOCIOECONÓMICO</b> Poder adquisitivo Medio Ávidos por convivir con otras culturas, vivir experiencias, y descubrir lugares,</p> <p><b>RANGO DE PRECIO DE INMUEBLE</b> (Valor fundamentado en oferta existente) US\$ 1200 A 2500/M2</p>	<p><b>PERFIL SOCIOECONÓMICO</b> Poder adquisitivo Medio-Alto y Alto Su interés primordial es relajarse, prestan atención al entorno natural, a la oferta cultural y con alta sensibilidad a la seguridad.</p> <p><b>RANGO DE PRECIO DE INMUEBLE</b> (Valor fundamentado en oferta de renta existente + Servicio de cuidado médico) US\$ 3500 A 4000/MES</p>

**-IMAGENES OBJETIVO**

Figura 80. Producto I  
Fuente: [www.5thheavenproperties.com](http://www.5thheavenproperties.com).



Figura 81. Producto II  
Fuente: <https://www.xeliter.com/es/propiedades/xeliter-marbella-juan-dolio>



Figura 82. Producto III  
Fuente: <https://habitatgecollectiu.wordpress.com/2014/01/09/residencia-para-la-tercera-edad-aires-mateus/>



## -FUNDAMENTACIÓN DE VALOR PRODUCTO I (OFERTA EXISTENTE)

Para el establecimiento del valor por metros cuadrados de las casas y villas e Juan Dolio, se hizo revisión de la oferta existente, la cual resulta escasa, la mayor parte de la oferta corresponde a departamentos, en este caso, el valor por metro cuadrado resulta menor a la oferta de departamentos, lo cual radica en el hecho de que la superficie del producto tiende a ser mayor.

	Referencia	m2	Precio US \$	Precio US \$/ M2
1	Villa Boutique Green Grove	260	351,000	1.350
2	Villa en Metro Country Club	825.77	690,000	836
<b>Promedio</b>				1.093

Tabla 16. Análisis de Mercado

Fuente: Elaboración propia en base casas en ventas en la costard.com



### -FUNDAMENTACIÓN DE VALOR PRODUCTO III

Dado que Juan Dolio no cuenta con casa hotel con servicios de cuidado médico integrado, para determinar el valor mensual aproximado, se analizaron los valores de alojamiento de los hoteles todo incluido estimados en temporadas altas (verano) y a esto se le incorporó el costo mensual por cuidado médico 24hrs, valor resultante de cotizaciones a empresas de servicio de enfermería a domicilio nacionales.

	Referencia	Precio US \$/ Noche	Precio US \$/ Mesual	Precio US \$/ Por Cuido medico 24hrs mensual	Total de costo mensual
1	Coral Costa Caribe	81.44	2.443	1200	3.643
2	Emotions by Hodelpa	84.84	2.545	1200	3.745
<b>Valor de Renta Promedio</b>					3.694

Tabla 17. Análisis de Mercado

Fuente: Elaboración propia en base ofertas de trivago.com



Figura 85. Hotel Emotions by Hodelpa  
Fuente: /www.turismoynegociosrd.com



Figura 86. Hotel Coral Costa Caribe  
Fuente: www.booking.com

- **PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN**

La promoción, también conocida como estrategia promocional, son los medios y plataformas para llegar al cliente, en este caso por el tipo de producto la distribución y la promoción van de la mano, porque la marca ciudad se convierte en un producto en cierta forma intangible.

La generación de los del boom de la natalidad o Baby Boomers, presentan las siguientes características respecto al consumo de publicidad, de acuerdo el informe Nielsen Generational Lifestyle Survey, Primer trimestre 2015.

## BABY BOOMERS

### 1946-1964



#### FUENTES PREFERIDAS DE NOTICIAS

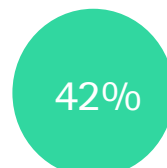


TV  
65%

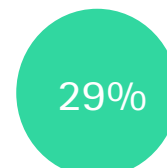


SITIOS CON MOTORES DE BÚSQUEDA  
32%

#### ACTIVIDADES PREFERIDAS EN EL TIEMPO LIBRE



TV



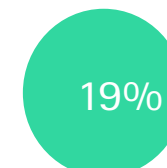
LEER



TIEMPO AMIGOS-FAMILIAS



VIAJAR



MÚSICA

## IMPRESIÓN

-Realiza propaganda impresa y carteles en los aeropuertos con mayor registro de turistas, en este caso Santo Domingo y Punta Cana.

--Presentación de proyectos en staf de agencias de Viajes y embajadas de los segmentos correspondiente.

## DIGITAL

-Promociones en hoteles locales en plataformas como (Tripadvisor ,Booking)

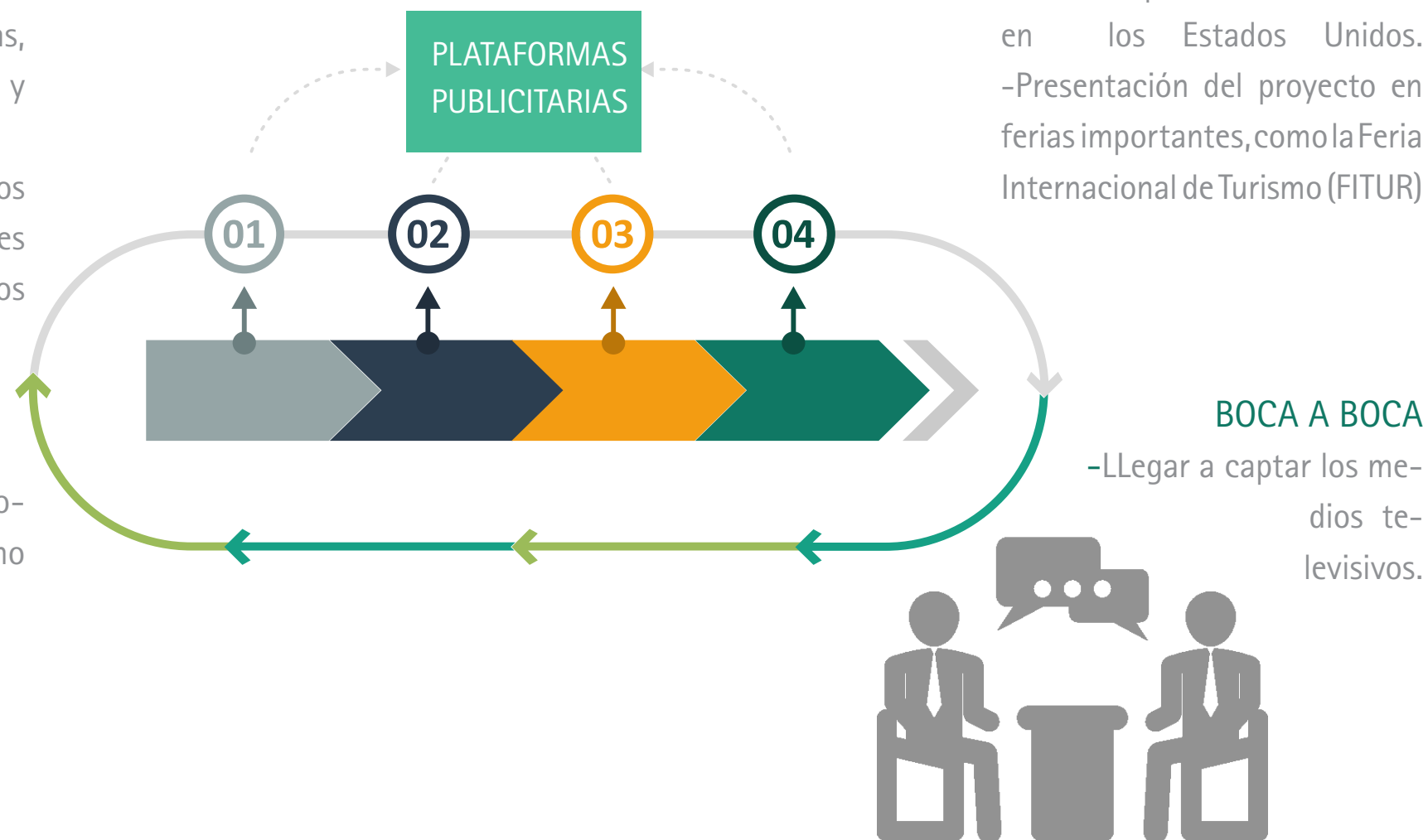
-Twitter

-Facebook

-International Living

## ACTIVIDADES E INSTITUCIONES

-Acuerdos con la embajada de República Dominicana en los Estados Unidos.  
-Presentación del proyecto en ferias importantes, como la Feria Internacional de Turismo (FITUR)



## 5.5 CONSTRUCCIÓN DE IMAGEN ICONOGRÁFICA

La imagen iconográfica es un mapa conceptual y visual que conecta con las emociones del espectador, tiene que transmitir ideas, características y realizar una combinación de las características relevantes de la ciudad que la hagan diferenciarla de otras.

### -PALETA DE COLORES

Los colores hacen referencia a los colores del mar y al clima, los tonos fríos evocan la paz y tranquilidad, emociones buscada por una persona de retiro, mientras que se utiliza el color naranja para representar la calidez del clima dominicano y recordando el hecho de que el retiro no significa sedentarismo.

### -CONCEPTOS



El logo busca representar los siguientes conceptos de la ciudad:



CLIMA + PLAYAS



DEPORTES



DESARROLLO  
INVERSIÓN

INMOBILIARIO +



En el logo se utiliza una tipografía limpia y geométrica, que le brinda balance, en la cual predomina el color turquesa haciendo referencia a la frescura de la brisa del mar y su color, en el texto se incluye el eslogan, ciudad de descanso en inglés debido a que al segmento enfocado es anglosajón y se escribe el nombre del país para que la marca ciudad sea apoyada, ya que es una localidad de poco reconocimiento internacional.

El logo reconoce que el segmento dirigido es de la tercera edad pero que no busca sentirse en un asilo, si no a emprender una nueva vida y a pesar de no encontrarse activo laboralmente está deseoso de realizar nuevas actividades e integrarse a la localidad.

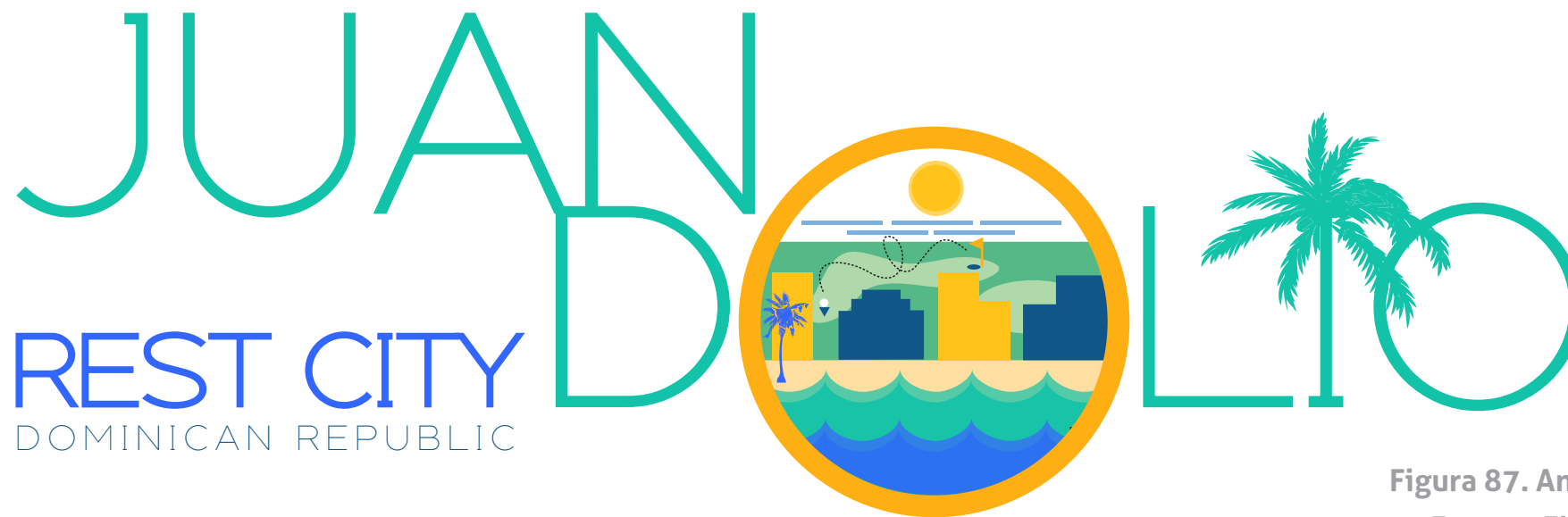


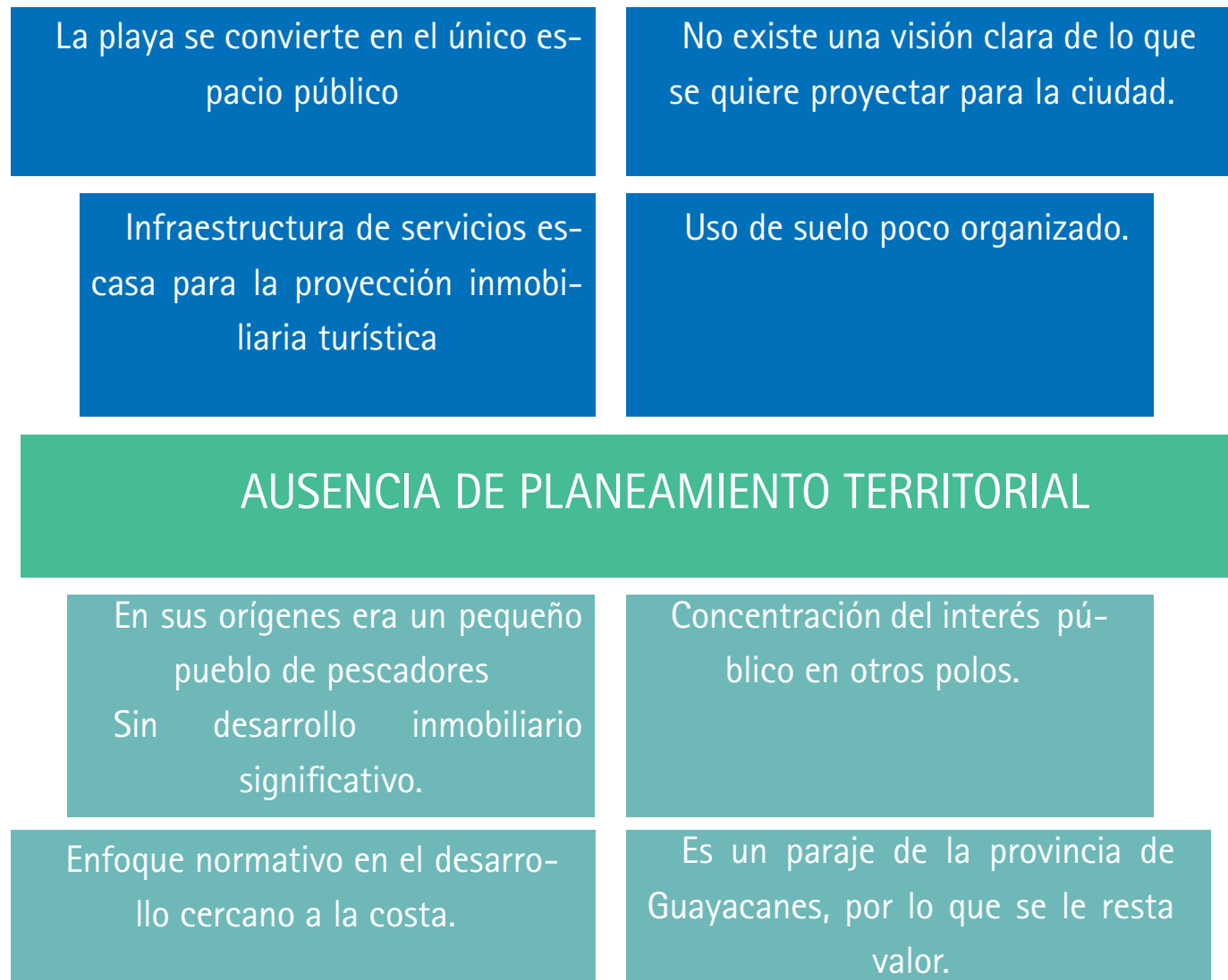
Figura 87. Análisis de Mercado  
Fuente: Elaboración propia.

## 5.6 LINEAMIENTOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS

### • PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

Tras el análisis urbano de la localidad de Juan Dolio, se concluye que la ciudad ha tenido un desarrollo urbano con un nivel de planificación muy bajo.

A continuación, se elabora un árbol de problemas, sintetizado las problemáticas urbanas básicas, con la finalidad de entender el origen de la condición actual en la cual se encuentra inmerso el sector.

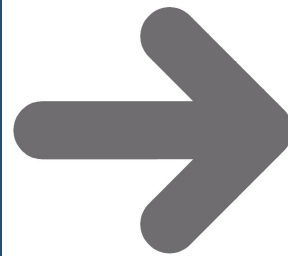


- **OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y ACCIONES**

El objetivo general de la intervención es el fortalecimiento de la imagen de Juan Dolio como ciudad de retiro para jubilados extranjeros y como lugar atractivo para vivir.

## ESTRATEGIAS

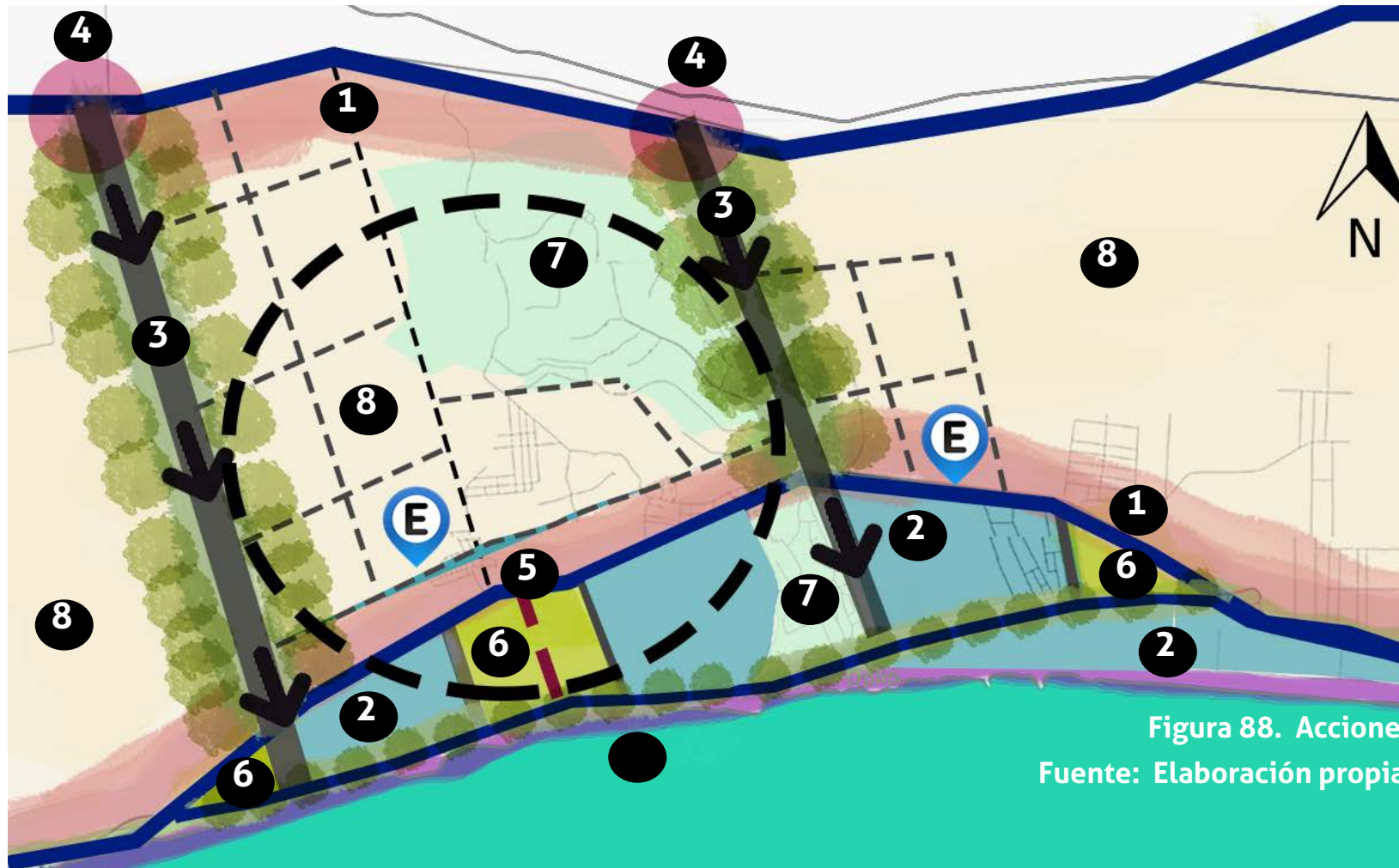
1. Creación de una imagen de ciudad: Renovación urbana orientada al concepto de retiro y vida tranquila, a través del desarrollo de un Plan Urbano que garantice los equipamientos de la localidad, sobre todo el de salud.
2. Estrategias de posicionamiento encaminadas a captar inversores, turistas y también dirigidas a los residentes, orientadas a promocionar la ciudad.
3. Estructuración de centralidad
4. Mejoramiento de la infraestructura de transporte y recuperación de áreas deterioradas.
5. Garantizar la transparencia al segmento.



## ACCIONES

1. Programas de reciclaje
2. Circuitos de calles peatonales
3. Mejora de las vías
4. Normativas urbanas más restrictivas y explicativas
5. Arborización
6. Modelo lineal de expansión urbana con ejes estructurales
7. Creación de espacios públicos y áreas verdes.
8. Dotación de equipamientos culturales
9. Institutos de idiomas, donde se puedan desarrollar empleos de voluntariado.
10. Creación de oficina que eficiente los trámites de visados.
11. Ampliación del sistema de alcantarillado.

## 5.7 ESQUEMA DE ACCIONES



- 1.Ejes De Equipamientos
- 2.Zonas Residenciales a densificar
- 3.Nuevos Ejes de conexión e ingreso al casco urbano.
- 4.Planteamiento De entradas atractivas a la localidad desde carretera de acceso principal.
- 5.Caminos Peatonales.
- 6.Áreas Verdes
- 7.Proyectos Inmobiliarios emblemáticos del sector
8. Áreas a urbanizar
- 9.Linea De Playa a mejorar

○ Creación de centralidad

## 5.8 CONCLUSIONES FINALES

### 5.8.1 GENERALES

-En definitiva, una marca ciudad es una herramienta de promoción que es respalda a través de un plan de marketing urbano en el que se realiza un diagnostico de la situación actual, se establecen los objetivos, se proponen estrategias y se en lista una serie de acciones dirigidas a mejorar la calidad de los servicios urbanos dirigidos al mercado de interés y se asegura que dicha imagen llegue a los segmentos en los canales indicados.

-Los escenarios desfavorables se convierten en muchos casos en oportunidades para el desarrollo de planes de marketing urbano, ya sea a nivel social, medioambiental y económico, como el Bilbao donde se plantea el cambio de un modelo económico, que pasa de ser una ciudad industrial a una ciudad cultural y turística. Actualmente la falta de planificación urbana en una localidad pequeña cuyo desarrollo inmobiliario recién empieza, lo cual es reflejado en el costo de los inmuebles y terrenos, constituye una oportunidad para estructurarla bajo las directrices deseadas, dado

que Juan Dolio a parte de sus atractivos naturales, posee una excelente ubicación, que aparte de conectarla con Santo Domingo, también posee cercanía con otros polos turísticos importantes. Por otro lado, se considera que la normativa de Juan Dolio es muy blanda y no tiene estrategia de visión integral de ciudad.

-Unos de los aspectos de ajustes más significativos frente a la competencia es en el área de la salud, por lo que deben incorporarse nuevas estrategias, como el acuerdo con programas de cobertura de seguridad social internacionales.

-En el caso de los estadounidenses, el principal factor para migrar es debido a la plusvalía que adquieren sus pensiones en países latinoamericanos, República Dominicana presenta valores más bajos en los precios de ventas de los productos inmobiliarios turísticos ubicados en la primera línea de la playa que los de los países de la competencia analizados, por lo que resulta ser el elemento principal que fundamenta la marca-ciudad.



## 5.9 RECOMENDACIONES

**1-** Si bien la actual ley Ley 171-07 para jubilados y rentistas de fuentes extranjeras hace excepción a distintos impuestos, se debería considerar inclusión de impuesto predial especial en la compra de inmueble en los polos turístico con escaso desarrollo que permita cubrir la creciente demanda de infraestructura de dichas comunidades potenciales de retiro y a cambio el gobierno municipal garantizar buen estado de infraestructura y servicios básicos, incluyendo servicio continuo de agua, calles pavimentadas y recolección eficiente de desechos sólidos, lo cual se ponderaría con el bajo costo de vida de los mismos.

**2-** En Juan Dolio, como en la mayoría de las comunidades potenciales para el retiro en la República Dominicana, es necesario promover políticas para el uso de suelo que pensadas en las personas en retiro, dado que no cuentan con normativas que tomen en cuenta que las necesidades de los envejecientes. Algunas de las deficiencias actuales incluyen:

A. Falta de consideraciones en el diseño de las residencias para que éstas puedan adaptarse a las diferentes etapas de la vida de

las personas, esto en parte porque Juan Dolio hasta la actualidad solo ha sido pensado para vivienda de vacacional y estadías cortas.

B. Preferencia del transporte motorizado como principal medio de movilización.

C. Falta de apoyo y reclamo comunitario para desarrollar reglamentos que fomenten la creación de espacios seguros para caminar.

D. Descuido en las instalaciones de salud, tanto nivel cuantitativo como cualitativo.

**3-** Los proyectos en comunidades turísticas, deben aumentar las normativas ambientales dado que su fuerte principal son los recursos naturales. Juan Dolio, posee dos importantes campos de golf debiendo ser exigible a los proyectos inmobiliarios que incorporen campos de golf, uso de agua reciclable para riego de los mismos, ya que los campos de golf consumen grandes cantidades de agua y la comunidad presenta deficiencias en el abastecimiento.

4-República Dominicana cuenta con la ley 158-01 sobre Fomento al Desarrollo Turístico para los Polos de Escaso Desarrollo y Nuevos Polos en Provincias y Localidades de Gran Potencialidad. (Modificada por Ley No. 184-02 del 23 de Noviembre del 2002, Ley No. 318-04 del 23 de Diciembre del 2004 y Ley No. 195-13 del 13 de Diciembre del 2013), si bien busca el incentivo de la inversión privada, construir un hotel e invertir en la infraestructura de servicios básicos obtiene el mismo nivel de beneficio, lo que radica que los inversores prefieran las localidades turísticas con mayor desarrollo de infraestructura básica y que reduzca la inversión inicial del proyecto, lo que ha pasado hasta el momento con Punta Cana, por lo que las comunidades de escaso desarrollo deben tener beneficios mayores debido a que el nivel de inversión inicial es mayor.

5-En términos generales, se puede decir que la República Dominicana es un país competitivo para la instalación de este nicho, es uno de los países que presenta mejores precios a nivel de inmuebles, (la oferta de departamentos en Juan Dolio presentó un valor promedio de 1,917 US\$/M2 y el de las casas fue aún menor, 1.093 US\$/M2), se incentiva mediante su legislación la inversión

extranjera y presenta un menor costo de vida en función de la moneda extranjera del público objetivo, que es el dólar. Sin embargo no se ha integrado dentro de su desarrollo marca país, la atracción del segmento de jubilados extranjeros, ya que siempre su enfoque principal ha sido el inversionista. Por lo que los pasos correspondientes para que se concrete la instalación del nicho, son; abarcar los canales correspondientes publicitarios y desarrollar la oferta de retiro en conjunto, por lo que resulta recomendable enfocarlo inicialmente a una comunidad, en el estudio se escogió Juan Dolio por las diversas ventajas expuestas y comercializar la marca local, siendo necesario realizar los ajustes precisos a nivel local para que la oferta de retiro sea congruente, entre ellos, el más importante, crear plan regulador que contemple el desarrollo de la marca-ciudad.

6- Finalmente se puede concluir que Juan Dolio cuenta con las características ideales para la implementación de la oferta de retiro para Jubilados extranjeros, debido a que es un polo turístico con poco desarrollo, el terreno se encuentra a un precio bajo, lo que se refleja en el valor del metro cuadrado de venta US \$ 820.5/

m2, representando una oportunidad atractiva para inversión inmobiliaria y con la facilidad de impulso del destino como lugar de retiro de jubilados a través del desarrollo de la oferta de retiro. Por otro lado, actualmente vive un resurgimiento inmobiliario que es conveniente aprovechar. Juan Dolio es una localidad que se encuentra en vía de consolidación, cuenta con una buena ubicación, a 35 km de Santo Domingo, donde se ubican los mejores centros de salud del país y las instituciones gubernamentales, resaltando su oportunidad de desarrollo residencial y se añade el hecho de que aproximadamente el 60% de la superficie total se encuentra vacante, garantizando que al elaborar un plan regulador eficiente podría ser ejecutado e implementado con facilidad. Por otro lado, dado que se encuentra en medio de los aeropuertos con mayores números de vuelos del País (Aeropuerto Las Américas y Punta Cana), lo convierte en una localidad con alto potencial.

Juan Dolio fue en sus inicios una de las primeras localidades turísticas en desarrollarse, precisamente por las cualidades que posee, sin embargo tuvo un periodo importante de recesión donde quedó estancado el desarrollo inmobiliario, hoy día, donde el turis-

mo se ha convertido en una de las fuentes de ingreso de mayor importancia del país y ha tomado relevancia la importancia de la diversificación de los polos y ofertas turísticas, en conjunto con el resurgimiento inmobiliario a nivel local existente, crea un clima ideal para el desarrollo de la marca ciudad, en donde se resuman los elementos identificados en la investigación y se cree una ciudad con un concepto totalmente distinto. Pero es importante que actualmente se diversifique y reinvente la oferta de turismo dominicano dado que es lo que lo hará sostenible a través del tiempo por el alto nivel de competitividad a nivel internacional.

Para finalizar, cabe resaltar que aún existiendo un bajo nivel de desarrollo en la infraestructura local, distintos desarrolladores privados han invertido en la localidad, resultando proyectos de éxito en las ventas, esto ha llevado a pensar de que Juan Dolio haya sido dejado un poco al margen en las campañas publicitarias a nivel internacional en comparación con otras ciudades, por lo que creando la campaña publicitaria con el enfoque marca-ciudad correspondiente, el alcance podría ser aún mayor.

# FIN DEL ESTUDIO



Figura 89

Fuente: Elaboración propia.



## BIBLIOGRAFÍA

- Blain, C., Levy, S.E. & Brent Ritchie, J.R. (2005). Destination Branding: Insights and Practices from Destination Management Organizations. En: *Journal of Travel Research*, vol.43, p.328-38.
- Cámara Americana de Comercio de la República Dominicana (AMCHAMDR) (2016). *La guía del inversionista de la República Dominicana*. Cuarta Edición.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), *La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe (2017) (LC/PUB.2017/18-P)*, Santiago, 2017.
- Kyi, R. & McEnany, A. (2010). Tendencias sobre la jubilación de estadounidenses en las comunidades costeras de México. Datos demográficos y prioridades en los estilos de vida. Serie de trabajos de investigación sobre la jubilación de estadounidenses en México. International Community Foundation, marzo, 120.
- Lizárraga, O. (2008). La inmigración de jubilados estadounidenses en México y sus prácticas transnacionales: Estudio de caso en Mazatlán, Sinaloa y Cabo San Lucas, Baja California Sur. *Migración y desarrollo*, núm. 11, 97-117.
- Lizárraga Morales, Omar (2012). *Transmigración placentera: Movilidad De Estadounidenses en México*. Primera edición.
- McWatters, Mason R. (2009). *Residential Tourism: (De) Constructing Paradise*. Channel View Publications, Tonawanda, New York.
- Myers, Erik S. (2009). *What Becomes of Boquete: Transformation, Tension, and the Consequences of Residential Tourism in Panama*. Unpublished Master's Thesis, Department of Geography, Ohio University.
- Oficina económico y comercial de España en Santo Domingo (2017). *Guia de negocio, República Dominicana*, p;33.



— Olins, Wally. (2002). Branding the Nation – The Historical Context. *The Journal of Brand Management*. 9. 241-248. 10.1057/palgrave.bm.254007.

— Puga, Dolores (2001). «Un lugar en el sol. Inmigración internacional de jubilados hacia Costa Rica» en Rosero (Coord). *Población del istmo 2000: Familia, Migración, Violencia y medio ambiente*. Centro Centroamericano de población. San José. Pp.253-276.

— Ruiz García, Aida (2002) *Migración oaxaqueña, una aproximación a la realidad*. Oaxaca: Coordinación Estatal de Atención al Migrante Oaxaqueño, p. 19

— RODRÍGUEZ, V. (2004): "Turismo residencial y migración de jubilados", *Mediterráneo Económico* 5, 233-53.

— SALVA TOMÁS, P. (2009): "El turismo como transformador del territorio" en España y el Mediterráneo. Una reflexión desde la geografía española. Aportación española al XXXI Congreso de la Unión Geográfica Internacional.

— Spalding, Ana K. 2010. Local Perspectives on the Recent Residential Boom in Bocas del Toro, Panama, and its Associated Social and Environmental Changes Special Issue, *Bulletin of Maritime Science*, en prensa.

#### SITIOS WEB

— <https://www.bancentral.gov.do/>

— <http://acoprovi.org/>

— <http://mitur.gob.do/>

— <https://urbanopolis.net>