

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

Estudio de factibilidad para la implementación de un Disney Caribe en Punta Cana, República Dominicana

Feasibility study for the implementation of a Disney Caribbean in Punta Cana, Dominican Republic

Chantal Gabriela Valdez Brioso, Christyn Sánchez Hilario, Trần Ánh Hồng

Máster en Dirección de Marketing y Comercio Internacional Responsable, Conscious Management Institute (CMI Higher Education), Madrid, España. Tutor académico: María Fernanda López Mayoral.

HISTORIAL

Recibido: julio de 2025 · Aceptado: octubre de 2026 · Publicado: 20 de octubre de 2026

CÓMO CITAR

Valdez Brioso, C. G., Sánchez Hilario, C., & Trần, Á. H. (2026). Estudio de factibilidad para la implementación de un Disney Caribe en Punta Cana, República Dominicana. *Conscious Management Journal*, 4(1), Artículo 3.
<https://doi.org/10.52066/cmi.v4i1.22>

LICENCIA

© 2026 los autores. Artículo de acceso abierto bajo licencia Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Publicado en acceso abierto diamante: sin coste para autores ni lectores.

1.RESUMEN

Este artículo analiza la viabilidad de establecer un parque temático de Disney en Punta Cana, bajo el concepto de “Disney Caribe”. A través de un enfoque cualitativo con revisión documental y análisis contextual, se exploran los factores económicos, sociales, turísticos y medioambientales que influyen en la ejecución del proyecto. El estudio considera la infraestructura disponible en la región, el crecimiento del turismo, el posicionamiento internacional de la marca Disney, y las condiciones para la inversión extranjera en República Dominicana.

Los resultados evidencian que, si bien existen ventajas competitivas relevantes como el atractivo turístico del destino y el interés de los mercados internacionales, también se identifican retos vinculados a la sostenibilidad, la estacionalidad y la necesidad de alianzas público-privadas. Se concluye que una planificación estratégica integral y la incorporación de elementos culturales y sostenibles serían claves para el éxito del proyecto Disney Caribe.

Palabras clave: Disney Caribe, Punta Cana, parque temático, turismo, inversión extranjera.

ABSTRACT

This article analyzes the feasibility of establishing a Disney theme park in Punta Cana, under the concept of “Disney Caribbean.” Through a qualitative approach involving documentary review and contextual analysis, the study explores the economic, social, tourism, and environmental factors that influence the execution of the project. The research considers the available infrastructure in the region, tourism growth, the international positioning of the Disney brand, and the conditions for foreign investment in the Dominican Republic.

The results show that, while there are significant competitive advantages such as the destination’s tourist appeal and the interest of international markets, there are also challenges related to sustainability, seasonality, and the need for public-private partnerships. The study concludes that comprehensive strategic planning and the

incorporation of cultural and sustainable elements would be key to the success of the Disney Caribbean project.

Keywords: Disney Caribbean, Punta Cana, tourism, theme park, foreign investment

2. INTRODUCCIÓN

El turismo en la República Dominicana ha experimentado un crecimiento sostenido en las últimas décadas, consolidándose como uno de los principales destinos turísticos del Caribe (Ministerio de Turismo, 2025). En particular, Punta Cana destaca como el núcleo central de la actividad turística nacional, gracias a su infraestructura hotelera desarrollada, conectividad aérea internacional y constante expansión de servicios. En este contexto, el presente estudio plantea la factibilidad de desarrollar un parque temático bajo la reconocida marca Disney, denominado “Disney Caribe”, como una estrategia para diversificar la oferta turística y fortalecer el posicionamiento del país en el mercado global.

Este proyecto busca analizar e identificar las condiciones económicas, sociales, culturales y ambientales necesarias para la implementación exitosa de Disney Caribe, evaluando asimismo el impacto potencial que una inversión de esta magnitud podría generar en la economía dominicana. Se exploran, además, las percepciones y expectativas de distintos públicos relevantes, considerando beneficios, desafíos en términos de sostenibilidad, competencia con otros destinos y adaptación cultural.

La metodología empleada se basa en una revisión documental exhaustiva, análisis estadístico de datos turísticos y económicos, y la aplicación de encuestas dirigidas a potenciales usuarios y actores clave del sector. Este enfoque multidimensional permitirá establecer una base sólida para la viabilidad integral del proyecto, con especial énfasis en su contribución al desarrollo turístico sostenible de la región Este del país.

3. MARCO DE REFERENCIA

Marco teórico

El estudio de factibilidad se fundamenta en la evaluación de tres pilares principales: viabilidad económica, social y ambiental. Según Gitman y Zutter (2012), un proyecto es considerado factible cuando sus beneficios superan los costos en un horizonte de tiempo razonable, considerando los recursos disponibles y el contexto socioeconómico. Esta

Frases clave para citar / Key Quotes for Citation

Clasificación temática / Classification codes:

- **JEL Classification:** L83, Z32, M31, F23
- **OECD FOS Code:** 5.02 (Economics and Business) / 5.07 (Social and economic geography)

¿Cómo citar este artículo? / How to cite this article:

Valdez Brioso, C. G., Sánchez Hilario, C., & Trần, Á. H. (2026). Estudio de factibilidad para la implementación de un Disney Caribe en Punta Cana, República Dominicana. *Conscious Management Journal*, 4(1), Artículo 3.
<https://doi.org/10.52066/cmi.v4i1.22>

Frases clave / Key Quotes:

- **Alta demanda potencial local / Strong latent local demand:**

«En una encuesta en línea de 2025 sobre un hipotético parque Disney en Punta Cana (República Dominicana), el 89.3 % del público hispanohablante, mayoritariamente dominicano, lo visitaría con certeza; entre los angloparlantes, el 30.8 % lo afirmó y el 46.2 % probablemente sí.» — Valdez Brioso et al. (2026), *Conscious Management Journal*, 4(1).

"In a 2025 online survey on a prospective Disney park in Punta Cana (Dominican Republic), 89.3% of Spanish-speaking, mostly Dominican, respondents said they would definitely visit, compared with 30.8% definitely and 46.2% probably among English-speaking respondents."

- **Precios diferenciados por residencia / Residence-based tiered pricing:**

«La disposición a pagar difiere marcadamente entre mercados: el 46 % de los encuestados hispanohablantes pagaría entre 30 y 50 dólares por la entrada, frente al 53 % de los angloparlantes, dispuesto a pagar entre 81 y 120, lo que respalda precios escalonados por residencia.» — Valdez Brioso et al. (2026), *Conscious Management Journal*, 4(1).

"Willingness to pay differs sharply between markets: 46% of Spanish-speaking respondents would pay USD 30–50 for admission, whereas 53% of English-speaking respondents would pay USD 81–120, supporting residence-based tiered pricing."

- **Brecha en la percepción de seguridad / Safety perception gap:**

«La seguridad percibida es un reto diferencial para la demanda internacional: el 87.6 % de los encuestados hispanohablantes considera la República Dominicana y Punta Cana destinos seguros para visitar en familia, frente a solo el 38.5 % de los angloparlantes.» — Valdez Brioso et al. (2026), *Conscious Management Journal*, 4(1).

"Perceived safety is a distinctive challenge for international demand: 87.6% of Spanish-speaking respondents regarded the Dominican Republic and Punta Cana as safe for family visits, versus only 38.5% of English-speaking respondents."

- **Integración cultural como valor añadido / Cultural integration as added value:**

«La integración de la identidad local obtiene un respaldo transversal: el 86.7 % de los encuestados hispanohablantes y el 84.6 % de los angloparlantes apoyan incluir una zona de cultura dominicana en el parque, señal de que la autenticidad cultural también atrae al visitante extranjero.» — Valdez Brioso et al. (2026), *Conscious Management Journal*, 4(1).

"Integrating local identity draws cross-market support: 86.7% of Spanish-speaking and 84.6% of English-speaking respondents favoured a Dominican cultural zone within the park, indicating that cultural authenticity also appeals to foreign visitors."

perspectiva se complementa con la teoría del desarrollo turístico sostenible, que plantea la necesidad de implementar proyectos que generen crecimiento económico sin comprometer los recursos naturales ni la identidad cultural del destino (Torres & Rodríguez, 2021).

Por otro lado, la teoría del marketing territorial sostiene que la inversión en infraestructura de entretenimiento puede revalorizar el territorio, atraer nuevos mercados y posicionar una marca-país (Kotler et al., 2002). En este sentido, un parque Disney no solo sería una atracción turística, sino también una herramienta estratégica de desarrollo regional.

Marco conceptual

Factibilidad: Se refiere al análisis integral que determina si un proyecto puede desarrollarse con éxito, considerando aspectos financieros, técnicos, legales, sociales y ambientales (Gitman & Zutter, 2012).

Turismo sostenible: Es un modelo de desarrollo turístico que busca satisfacer las necesidades de los visitantes y de las comunidades anfitrionas, protegiendo los recursos naturales y culturales para las generaciones futuras (OMT, 2023).

Parques temáticos: Son espacios de entretenimiento que integran atracciones, espectáculos y servicios orientados a ofrecer experiencias inmersivas. Su implementación conlleva un fuerte impacto económico en la región, tanto en empleos directos como en el ecosistema empresarial local (The Walt Disney Company, 2023).

Percepción ciudadana: Hace referencia a la opinión colectiva de la población frente a un hecho o proyecto, la cual influye significativamente en su aceptación o rechazo social (Torres & Rodríguez, 2021)

Marco legal

La República Dominicana cuenta con un marco jurídico consolidado que regula el desarrollo turístico, empresarial y ambiental, fundamental para proyectos de gran escala como Disney Caribe.

Ley No. 158-01 sobre Fomento al Desarrollo Turístico (DGII, 2024) establece incentivos fiscales y beneficios para promover la inversión en polos turísticos prioritarios, ofreciendo exenciones fiscales de hasta 15 años para proyectos turísticos que generen empleo y desarrollo sostenible.

Ley 64-00 sobre Medio Ambiente y Recursos Naturales (Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MMARN), 2024) regula la protección ambiental y exige la realización de Estudios de Impacto Ambiental (EIA) para proyectos de

gran escala, estableciendo medidas de mitigación para minimizar daños al ecosistema.

Ley No. 146-02 sobre Incentivo a la Pequeña y Mediana Empresa (PYMES) promueve el desarrollo y formalización de las PYMES, con beneficios en materia fiscal y financiamiento, lo cual es relevante para la integración de proveedores y servicios locales en el parque temático.

Reglamento sobre Seguridad y Operación de Parques de Atracciones y Recreativos (Superintendencia de Seguridad y Salud Ocupacional, 2023) establece normas técnicas y de seguridad para la operación de parques temáticos y acuáticos, incluyendo protocolos de emergencia, mantenimiento y certificación de atracciones.

Ley No. 145-17 sobre Seguridad y Protección de los Usuarios de Parques y Áreas Recreativas garantiza los derechos de los visitantes y establece obligaciones para los operadores en cuanto a seguridad, accesibilidad y calidad del servicio.

Ley No. 188-11 sobre Turismo Sostenible y Responsabilidad Social Empresarial impulsa prácticas de sostenibilidad ambiental, social y económica en el sector turismo, fomentando la responsabilidad social corporativa en desarrollos turísticos.

Código de Comercio de la República Dominicana (actualizado 2022) regula las actividades comerciales y societarias, imprescindible para la constitución, operación y regulación de empresas multinacionales y alianzas público-privadas.

Este marco legal conforma la base para la planificación, construcción y operación del proyecto Disney Caribe, asegurando el cumplimiento de estándares nacionales e internacionales en materia turística, ambiental y empresarial. Además, facilita la atracción de inversión extranjera y garantiza la protección de los derechos de todas las partes involucradas.

3.1 Abreviaturas

República Dominicana (RD)

Organización Mundial del Turismo (OMT)

Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC)

Dirección General de Impuestos Internos de la República Dominicana (DGII)

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales de la República Dominicana (MMARN)

Pequeña y Mediana Empresa (PYMES)

Banco Central de la República Dominicana (BCRD)

Ministerio de Turismo de la República Dominicana (MITUR)

Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD)

Tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC)

Estudio de Impacto Ambiental (EIA)

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Inversión Extranjera Directa (IED)

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Organización de las Naciones Unidas (ONU)

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Cuerpo Especializado de Seguridad Turística (CESTUR)

Organización No Gubernamental (ONG)

Themed Entertainment Association (TEA)

Alianza público-privada (APP)

Policía Turística (POLITUR)

Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC)

Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Corporación Financiera Internacional (IFC)

Producto Interno Bruto (PIB)

Product, Price, Place, and Promotion (4P)

4. HIPÓTESIS DE TRABAJO

La creación de un parque temático bajo la marca “Disney Caribe” en Punta Cana es factible y presenta un alto potencial de rentabilidad, siempre que se integren de manera efectiva los factores económicos, turísticos, sociales y ambientales, y se garantice una planificación estratégica acompañada de una colaboración sólida entre los sectores público y privado.

Esta hipótesis se fundamenta en la premisa de que la viabilidad del proyecto depende de la sinergia entre las ventajas competitivas del destino, una demanda turística internacional sostenida, condiciones favorables para la inversión extranjera, y la existencia de infraestructura adecuada, aspectos que serán evaluados rigurosamente durante el estudio de factibilidad.

5. METODOLOGÍA

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque **cualitativo**, de tipo **exploratorio-descriptivo**, basado en la **revisión documental**, el **análisis comparativo** y el uso de **indicadores técnicos** aplicados a proyectos turísticos de gran escala. Esta metodología busca abordar de forma integral los factores críticos para la implementación de un parque temático de la magnitud de *Disney Caribe* en Punta Cana, minimizando riesgos y facilitando una toma de decisiones fundamentada en evidencia.

El estudio se estructuró en torno a **cinco grandes ejes metodológicos**, inspirados en propuestas reconocidas en el análisis de proyectos turísticos (Isaza & Salazar, 2024; Ruíz, 2017), los cuales son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y legal, estudio ambiental y estudio económico y financiero, a continuación, estarán definidos:

1. Estudio de mercado

Constituye la fase inicial de la investigación y permite determinar la existencia de demanda suficiente, conocer el perfil del público objetivo, analizar la competencia y establecer la viabilidad del proyecto en el entorno local. Este análisis es clave para evitar inversiones en un mercado saturado o sin consumidores potenciales (Baca, 2011).

2. Estudio técnico

Evalúa la factibilidad operativa y técnica del proyecto, considerando factores como la ubicación, disponibilidad de infraestructura, tecnología, recurso humano y costos operativos. Garantiza que el parque pueda ejecutarse con eficiencia y adaptabilidad dentro del contexto dominicano (Sapag Chain et al., 2014).

La implementación de *Disney Caribe* requiere una **gestión estructural precisa y escalonada** que asegure el cumplimiento de estándares operativos, de calidad y de viabilidad técnica. Desde su fase inicial, el proyecto contempla:

Ubicación estratégica: Punta Cana fue seleccionada como sede del parque por su consolidación como el principal destino turístico del Caribe insular, con conectividad internacional, infraestructura hotelera robusta y una demanda turística sostenida. Esta

localización permite aprovechar economías de escala y sinergias con el ecosistema turístico ya establecido.

Acuerdos institucionales: Se proyecta la firma de alianzas público-privadas con organismos gubernamentales clave como el Ministerio de Turismo (MITUR), ProDominicana y el Ministerio de Obras Públicas, además de actores del sector privado. Estos acuerdos facilitarán permisos, inversiones, exenciones tributarias y soporte técnico.

Gestión estructural por etapas: El parque será desarrollado en fases, iniciando con la planificación arquitectónica, la construcción de infraestructura crítica, la instalación de servicios y atracciones, y la posterior operación. Se establecerá un sistema de evaluación continua que supervise el rendimiento técnico, la satisfacción del visitante y el cumplimiento de los cronogramas establecidos.

3. Estudio organizacional y legal

Analiza la estructura administrativa, la tecnología de gestión, el tamaño organizacional, los recursos disponibles y los aspectos legales. Este análisis incluye tanto el entorno legal interno (proveedores, empleados, clientes) como el entorno externo (normativas ambientales, sanitarias, tributarias, etc.). La **Ley 64-00 sobre Medio Ambiente y Recursos Naturales** de la República Dominicana exige estudios de impacto ambiental y medidas de mitigación como requisitos legales para megaproyectos (Ministerio de Medio Ambiente, 2024).

4. Estudio ambiental

Evalúa el impacto potencial del proyecto sobre el medio ambiente y las comunidades locales. Considera la sostenibilidad del desarrollo, el cumplimiento de la normativa nacional, la protección de los ecosistemas y la gestión de riesgos. Una evaluación ambiental bien estructurada permite identificar peligros y adoptar medidas preventivas que agreguen valor al proyecto y promuevan su aceptación social (Sapag Chain et al., 2014).

El proyecto *Disney Caribe* integrará principios de desarrollo sostenible desde su concepción, priorizando el equilibrio entre crecimiento turístico, preservación ambiental y bienestar comunitario. Bajo el marco legal de la **Ley 64-00 sobre Medio Ambiente y Recursos Naturales**, se contemplan los siguientes ejes:

Evaluación de Impacto Ambiental (EIA): Se realizará un estudio exhaustivo del entorno físico, social y ecológico para identificar riesgos y definir planes de mitigación.

Esto incluirá diagnósticos de flora, fauna, suelos, recursos hídricos y comunidades locales.

Medidas de sostenibilidad: Se incorporarán sistemas de energías renovables (solar y eólica), tratamiento y reciclaje de aguas residuales, gestión eficiente de residuos, techos verdes y ventilación pasiva. El diseño arquitectónico tendrá bajo impacto y utilizará materiales ecológicos.

Educación ambiental y responsabilidad social: Se establecerán alianzas con ONG y centros educativos locales para fomentar la educación ambiental entre visitantes y comunidades. Además, el parque participará en campañas de reforestación y limpieza costera y sensibilización sobre biodiversidad.

5. Estudio financiero

Este componente analiza la rentabilidad económica del parque, considerando ingresos proyectados, inversión inicial, costos operativos, tasa de retorno y riesgos financieros. Permite establecer la viabilidad financiera y la sostenibilidad económica del proyecto a largo plazo (Sapag Chain et al., 2014; González Navarro et al., s.f.).

Además, se incorporaron indicadores clave para evaluar la factibilidad desde una perspectiva integral, incluyendo variables **socioculturales, económico-financieras, ambientales y turísticas**, a fin de medir tanto cuantitativa como cualitativamente el impacto y la viabilidad del proyecto Disney Caribe en la región de Punta Cana en las dimensiones clave para el desarrollo turístico. Aseguran que se consideren también los efectos en la comunidad, el entorno y la capacidad de atraer turistas.

6. TEXTO PRINCIPAL

Estudio del mercado:

1. Análisis de la demanda

Crecimiento turístico: República Dominicana alcanzó en 2024 un gasto turístico internacional de 11.2 mil millones de dólares y un gasto doméstico de 3.9 mil millones de dólares, con incrementos superiores al 12% respecto a niveles prepandemia. El turismo representa más del 16% del PIB nacional y genera cerca de 893000 empleos, consolidando al país como un destino líder en la región. (El Consejo Mundial de Viajes y Turismo, 2025).

Perfil del visitante: Punta Cana es reconocida por su turismo familiar y de alto poder adquisitivo, lo que la convierte en un mercado atractivo para un parque temático de la

magnitud de Disney. El crecimiento de la renta disponible impulsa la demanda de ocio y entretenimiento premium (Mister Realty, 2025).

Demanda comprobada: El éxito de Katmandu Park, el mayor parque temático del Caribe, que recibió cerca de 850 mil visitantes en 2023, demuestra la fuerte demanda local y regional por experiencias de entretenimiento temático de calidad (Business Insider, 2023).

2. Análisis de la competencia

Oferta actual: Katmandu Park podría ser el principal competidor directo en la región, con una propuesta basada en tecnología inmersiva y narrativa interactiva, orientada a familias y turistas internacionales. Sin embargo, se cerró tras solo un año de operaciones por una baja afluencia (DRdb, 2024). Actualmente, no existe en el Caribe una oferta comparable a la marca Disney en términos de escala, reconocimiento y propuesta de valor.

Posicionamiento diferencial: Un Disney Caribe podría aprovechar la ausencia de parques temáticos de clase mundial en la región y capitalizar el prestigio global de la marca Disney, atrayendo tanto a turistas internacionales como al mercado local. (Pereira D, 2025)

Resorts en operación como posibles competidores indirectos:

En la actualidad, los principales competidores del futuro Disney Caribe podrían ser resorts temáticos como el **Nickelodeon Hotels & Resorts Punta Cana**, que ofrece una experiencia familiar con personajes animados reconocidos, y el **Hard Rock Hotel & Casino Punta Cana**, que atrae un turismo de lujo y eventos. No obstante, estas propuestas no cuentan con parques temáticos ni atracciones inmersivas de gran escala, lo cual limita su competencia directa frente a un parque Disney.

Nickelodeon Hotels & Resorts se enfoca en el turismo familiar con personajes icónicos infantiles, pero carece de atracciones mecánicas, shows de gran formato y storytelling extendido.

Hard Rock Punta Cana ofrece lujo, gastronomía y entretenimiento musical, pero su enfoque es más adulto y no cuenta con propuestas temáticas de fantasía o atracciones familiares.

Posicionamiento diferencial:

Disney Caribe se perfila como una propuesta **sin competencia directa en la región**. La **ausencia de parques temáticos de clase mundial** en el Caribe

insular representa una oportunidad estratégica para **capitalizar el prestigio global de Disney**, generar sinergias con el turismo existente y atraer tanto a visitantes internacionales como al mercado local. Esta ventaja competitiva no solo está respaldada por la **fortaleza de la marca**, sino también por su capacidad para integrar narrativas culturales caribeñas en su oferta (Pereira, 2025), algo que competidores actuales no han explorado a profundidad.

3. Tendencias del mercado

Auge del entretenimiento temático: El mercado mundial de parques temáticos está en crecimiento, con una tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) positiva y una proyección de ingresos de USD 23.48 mil millones para 2031. El aumento de la renta disponible y la preferencia por experiencias familiares e inmersivas son impulsores clave. (Global Theme Park Market, 2024)

Innovación y tecnología: Los visitantes buscan experiencias únicas, interactivas y tecnológicamente avanzadas, como las que Disney suele ofrecer en sus parques. (Tequila Inteligente, 2024)

4. Estrategias de precios y comercialización

Modelo premium: Disney emplea una estrategia de precios basada en el valor percibido, posicionándose como una marca premium y alineando la calidad de la experiencia con precios superiores al promedio del mercado (Nguyen V., 2025).

Paquetes y experiencias: La integración de hoteles, resorts, merchandising y experiencias exclusivas permite diversificar las fuentes de ingresos y maximizar la rentabilidad (Pereira D, 2025).

5. Proyección de la demanda

Visitantes potenciales: Considerando el desempeño de Katmandu Park y el flujo turístico de Punta Cana, un parque Disney podría aspirar a superar el millón de visitantes anuales, especialmente si se apoya en campañas de marketing global y alianzas con el sector hotelero y de cruceros.

Segmentación: El público objetivo abarca familias, turistas internacionales de América y Europa, residentes locales y visitantes de países vecinos del Caribe.

6.1 Oportunidades y retos

Oportunidades

El crecimiento sostenido del turismo en República Dominicana representa una ventana estratégica para la implementación de un parque temático de clase mundial como Disney Caribe. Con más de 6 millones de visitantes internacionales solo en el primer semestre de 2025 (MITUR, 2025), y una infraestructura turística consolidada en Punta Cana, la zona se posiciona como uno de los polos más atractivos del Caribe.

La ausencia de una competencia directa con el prestigio y escala de Disney abre la oportunidad de capitalizar un mercado insatisfecho, tanto en el público local como internacional. Además, el alto reconocimiento de la marca Disney, combinado con su capacidad de generar experiencias inmersivas, ofrece una ventaja competitiva frente a proyectos anteriores como Katmandú Park, que cerró por falta de conexión emocional y posicionamiento (Listín Diario, 2024). También se puede aprovechar el turismo proveniente de países con poder adquisitivo alto —como EE. UU., Canadá, Alemania, Francia y Brasil—, así como la presencia de líneas de cruceros y aerolíneas aliadas para atraer tráfico constante.

Retos:

A pesar de las oportunidades, existen retos importantes. Entre ellos destacan: lograr una adaptación cultural adecuada que integre elementos caribeños sin perder la esencia de la marca Disney; manejar la estacionalidad del turismo, que puede afectar los ingresos en temporada baja; y establecer estrategias de precios que sean accesibles para el público local sin comprometer la rentabilidad. La seguridad ciudadana, aunque manejable, también es un reto que considerar para garantizar la confianza del visitante. Otro aspecto para superar es la percepción generada por experiencias pasadas como la del Katmandú Park, por lo que es vital diferenciarse mediante una propuesta integral y sostenible, apoyada en alianzas público-privadas, innovación tecnológica y responsabilidad social corporativa.

La oferta turística complementaria en Punta Cana constituye un factor estratégico para la instalación de un parque temático de clase mundial. Actualmente, la zona cuenta con más de 42,000 habitaciones hoteleras, una red aeroportuaria con conectividad directa a más de 60 destinos internacionales, y una sólida infraestructura vial y portuaria (Ministerio de Turismo, 2024). Esta base permite integrar el parque dentro del circuito turístico ya consolidado, facilitando el flujo de visitantes y fortaleciendo la sinergia con el sector hotelero y de cruceros.

La presencia de centros comerciales, campos de golf, marinas y actividades ecoturísticas genera un ecosistema de alto valor que favorece la estancia prolongada de los turistas. Esto contribuye directamente al incremento del gasto por visitante, potenciando el impacto económico del proyecto. Además, se prevé un efecto multiplicador en sectores como el transporte, la gastronomía, el comercio local y el empleo indirecto.

En términos de impacto económico, un parque Disney Caribe podría generar más de 10,000 empleos directos e indirectos durante su fase de operación y construcción, según estimaciones basadas en experiencias similares en otras regiones (The Walt Disney Company, 2023). La inversión inicial, si bien elevada, se vería compensada por los ingresos provenientes de entradas, estadía, experiencias exclusivas, ventas de productos y licencias. Esta rentabilidad a mediano plazo posiciona al proyecto como un motor de desarrollo económico para la región Este del país.

Finalmente, al integrarse con el posicionamiento internacional de la marca Disney y el atractivo turístico de República Dominicana, el proyecto podría generar un efecto de arrastre para nuevas inversiones extranjeras, fortaleciendo la marca país y mejorando la competitividad turística del destino frente a otras economías del Caribe.

7. DESARROLLO DEL PROYECTO

7.1 Diseño del parque Disney Caribe

El parque temático Disney Caribe estará estructurado en torno a una propuesta innovadora que combine la identidad de la marca Disney con elementos culturales, históricos y naturales del Caribe. El diseño contempla una extensión aproximada de 120 hectáreas, ubicada estratégicamente en las afueras de Punta Cana, aprovechando la conectividad con el aeropuerto internacional y la zona hotelera.

El parque contará con áreas inspiradas en dos de los parques más emblemáticos de Disney: **Magic Kingdom** y **Animal Kingdom**, adaptados a la identidad caribeña. En el centro se ubicará un majestuoso castillo temático, representando a **Ariel (La Sirenita)** o **Moana**, como íconos de la conexión entre Disney y el mar Caribe.

También se incorporará una **atracción inspirada en *Buscando a Nemo* y *Buscando a Dory***, con un enfoque interactivo y educativo sobre la vida marina del Caribe. Esta área contará con túneles submarinos, simuladores de arrecifes, actividades interactivas con pantallas sensoriales y zonas de juegos donde los niños podrán "nadar" junto a Dory,

Marlín y Crush, la tortuga. El espacio será diseñado para combinar diversión, conciencia ambiental y aprendizaje, fomentando el cuidado de los océanos de forma lúdica. Esta atracción complementa perfectamente el enfoque sostenible del parque y genera una conexión emocional con los visitantes más pequeños y sus familias.

El parque estará dividido en cinco zonas temáticas:

1. **Isla Encantada:** Inspirada en las leyendas taínas y la mitología caribeña, con atracciones inmersivas, espectáculos nocturnos y un paseo cultural.
2. **Reino Tropical:** Dedicada a personajes como **Moana**, **Lilo & Stitch** y **Ariel**, esta zona incluirá juegos acuáticos, un acuario temático, actividades interactivas y experiencias con entornos submarinos y tropicales.
3. **Puerto Aventura:** Zona de aventuras piratas, toboganes y simuladores, con cruceros temáticos, encuentros con personajes y espectáculos marinos. Incluirá una atracción especial basada en **Piratas del Caribe**, con un recorrido interactivo tipo dark ride, ambientación realista, batallas navales y efectos especiales. También se sumará una atracción inspirada en **Atlantis**, con simuladores submarinos, escenarios de ruinas y civilizaciones perdidas.

Como parte de esta zona, se desarrollará un **puerto turístico especializado para la llegada de cruceros Disney (Disney Cruise Line)**. Esta infraestructura permitirá recibir directamente barcos de la flota Disney, como el Disney Dream o Disney Wish, integrando el parque a la red mundial de destinos de la marca. La llegada diaria o semanal de cruceros aportará entre 2,500 y 4,000 visitantes adicionales por embarcación, aumentando el flujo turístico y la rentabilidad del parque.

Este puerto incluirá un área de desembarque tematizada, servicios aduanales integrados, experiencias exprés para pasajeros de cruceros y transporte interno directo al corazón del parque. Esta propuesta reproduce el modelo exitoso de destinos como **Castaway Cay** en las Bahamas y **Lighthouse Point**, ampliando la experiencia Disney al Caribe insular.

4. **Ciudad Mágica del Caribe:** Recreación de ciudades coloniales y modernas del Caribe con énfasis en la gastronomía, el arte y el folclore local.
5. **Zona Eco-Futuro:** Un espacio dedicado a la innovación, la sostenibilidad y la tecnología Disney, con experiencias educativas y sensoriales.

La infraestructura contará con tecnología de punta: realidad aumentada, interacción digital, sistemas inteligentes de gestión de visitantes y movilidad interna sostenible

(trenes eléctricos y rutas verdes). Además, se integrarán áreas verdes, jardines verticales y uso de materiales reciclables.

Ilustración 1. Diseño conceptual del parque temático Disney Caribe



Prototipo arquitectónico digital elaborado por un profesional colaborador del proyecto, basado en los lineamientos temáticos, paisajísticos y funcionales desarrollados en esta propuesta.

7.2 Comercialización y marketing mix

Producto: Disney Caribe será una propuesta de entretenimiento integral e inmersiva, cuidadosamente adaptada al contexto sociocultural y ambiental del Caribe. El parque temático combinará la **magia narrativa y tecnológica característica de Disney** con elementos de la identidad regional, incluyendo personajes afines como **Moana, Ariel, Lilo & Stitch, Dory y Nemo**, y ambientaciones inspiradas en **la vida marina, la cultura caribeña y la biodiversidad tropical**.

El complejo contará con atracciones de clase mundial, espectáculos acuáticos, desfiles temáticos, áreas interactivas, zonas educativas ambientales y experiencias de realidad aumentada. También se incluirán espacios inspirados en **Magic Kingdom y Animal Kingdom**, adaptados a escala regional, y atracciones exclusivas como el **Castillo de Ariel o Moana**, el **Puerto Disney Sea**, y un área inspirada en **Piratas del Caribe, Buscando A Nemo y Atlantis**.

Además, el parque ofrecerá un **hotel temático** que incorpora los principios de *Design Thinking*, diseñado para brindar una experiencia sensorial, cultural y ecológica, con habitaciones ambientadas, zonas familiares interactivas y servicios personalizados. El diseño se enfocará en la sostenibilidad, utilizando energía renovable, techos verdes, ventilación natural y materiales ecológicos.

El portafolio de producto se complementa con **merchandising exclusivo**, menús gastronómicos que fusionan sabores caribeños con la experiencia Disney, eventos estacionales como “Navidad en el Caribe Mágico” o “Carnaval Disney”, y **paquetes turísticos** que integran hospedaje, transporte, experiencias VIP y acceso preferencial a actividades.

Este enfoque multicapas se alinea con la **estrategia de internacionalización** de Disney, basada en la adaptación cultural, la innovación experiencial y el impacto emocional, garantizando una experiencia única tanto para el público local como internacional.

Precio: Estrategia basada en el valor percibido. Se utilizará un modelo escalonado (bajo/alto) por temporada, con tarifas premium para experiencias VIP, promociones para residentes locales y precios competitivos frente a destinos similares. El costo estimado por entrada será de aproximadamente **USD 90 a USD 120** para adultos y **USD 60 a USD 80** para niños, dependiendo de la temporada. Los paquetes familiares incluirán acceso

preferencial, alimentación y experiencias interactivas, con precios que oscilarán entre **USD 350 y USD 500** por grupo familiar. Los paquetes hoteleros temáticos tendrán tarifas desde **USD 200 por noche**, incluyendo acceso al parque.

Estrategia inclusiva para público local: Con el fin de garantizar el acceso al parque a la población dominicana de menor poder adquisitivo, se establecerán tarifas especiales para residentes nacionales durante temporadas bajas y fechas conmemorativas locales. Además, se implementará un programa llamado "Disney Caribe Accesible", que ofrecerá boletos subsidiados a través de alianzas con instituciones educativas, organizaciones comunitarias y el sector público. Este enfoque permitirá que el proyecto no solo sea rentable, sino también socialmente inclusivo.

Justificación del precio estimado:

El precio propuesto se fundamenta en un análisis comparativo con otros parques Disney a nivel internacional. Por ejemplo, el costo promedio de entrada a parques como Walt Disney World en Florida o Disneyland Paris oscila entre **USD 109 y USD 159 por día para adultos**, y entre **USD 85 y USD 120 para niños**, dependiendo de la temporada (Disney, 2024). Dado el perfil turístico de Punta Cana —con visitantes internacionales de alto poder adquisitivo— se considera viable replicar una estructura tarifaria similar, ajustada al contexto regional.

Asimismo, los paquetes familiares y las tarifas hoteleras siguen el modelo de negocio integral de Disney, donde la experiencia está diseñada como un ecosistema que abarca alojamiento, entretenimiento y consumo. Según Travel + Leisure (2024), el costo por noche en hoteles Disney puede ir desde **USD 180 hasta más de USD 600**, dependiendo de la categoría y la temporada, lo que valida los rangos propuestos para Disney Caribe.

Esta estrategia de precios responde a un enfoque **premium basado en el valor percibido**, que permite ofrecer promociones locales sin comprometer la rentabilidad del negocio.

Plaza (distribución): La estrategia de distribución de Disney Caribe se basará en un enfoque multicanal, aprovechando tanto la infraestructura turística local como las redes globales de la marca. La comercialización se realizará a través de plataformas digitales oficiales de Disney, agencias de viajes internacionales, operadores turísticos, aerolíneas, hoteles temáticos asociados y canales especializados en experiencias familiares. Se contempla además una fuerte presencia en portales de turismo global como Expedia,

Booking y TripAdvisor, garantizando visibilidad internacional desde el inicio del proyecto.

Punta Cana, gracias a su conectividad aérea directa con ciudades clave de América, Europa y el Caribe, representa una **plaza estratégica para la distribución internacional**. La ubicación permitirá captar turistas de mercados como Estados Unidos, Canadá, Colombia, España y Brasil, siguiendo patrones similares a los de otros parques internacionales como Disneyland París o Shanghai Disney Resort.

Una ventaja diferenciadora será la integración del **puerto turístico para cruceros**, que servirá como punto de llegada para pasajeros de **Disney Cruise Line** y otras líneas afiliadas. Esto permitirá ofrecer **paquetes combinados crucero + parque temático**, una fórmula ya probada en destinos como Florida y Tokio, y que refuerza el proceso de internacionalización y expansión del modelo Disney Caribe en la región.

Promoción: La estrategia de comunicación de Disney Caribe estará centrada en una combinación sinérgica de **medios tradicionales, plataformas digitales, marketing de influencers, experiencias inmersivas y storytelling emocional**, adaptado a las audiencias locales e internacionales. Se desarrollarán campañas multilingües segmentadas por país de origen, priorizando los mercados emisores de turistas más frecuentes hacia Punta Cana, como Estados Unidos, Colombia, Canadá, España y Puerto Rico.

Como parte del proceso de internacionalización, se utilizará el **modelo global de branding de Disney**, el cual ha demostrado eficacia en mercados como Japón, Francia y China, donde se combina la narrativa universal de la marca con elementos culturales del país receptor. En el caso de República Dominicana, la promoción integrará valores caribeños, personajes afines como Moana, Lilo & Stitch o Ariel, y colaboraciones con artistas, comunicadores y celebridades locales para aumentar la conexión emocional con el público.

Además, se implementarán **alianzas con aerolíneas, agencias de viaje, cruceros y hoteles internacionales**, permitiendo que Disney Caribe esté presente desde la planificación del viaje hasta la experiencia en el destino. Se apostará también por

estrategias de realidad aumentada, filtros interactivos en redes sociales, campañas teaser y videos emocionales que resalten la magia de vivir Disney en el Caribe.

La marca Disney en sí misma funcionará como **ventaja competitiva clave**, respaldada por décadas de fidelización global, lo que garantiza una percepción de calidad, seguridad y valor emocional para toda la familia. Esta confianza facilita una promoción más efectiva, permitiendo mayor alcance, recordación y conversión de intención de viaje a visita efectiva.

7.2.1 Planificación estratégica del proyecto

La ejecución de Disney Caribe requiere de una planificación integral que abarque aspectos institucionales, territoriales, ambientales y operativos. Para ello, se contempla una estructura de desarrollo que garantice la viabilidad del proyecto en todas sus fases.

Ubicación estratégica: Punta Cana fue seleccionada por ser el principal destino turístico de la República Dominicana, con conectividad aérea internacional, infraestructura hotelera desarrollada y constante flujo de visitantes. Su posicionamiento global como “marca destino” lo convierte en un escenario idóneo para un parque temático de escala internacional.

Acuerdos institucionales: Se proyecta establecer alianzas público-privadas con entidades como el Ministerio de Turismo (MITUR), ProDominicana, el Ministerio de Medio Ambiente y socios estratégicos del sector privado. Estas alianzas permitirán facilitar permisos, inversión extranjera directa, exenciones fiscales y asistencia técnica.

Evaluación ambiental: En cumplimiento con la Ley 64-00 de Medio Ambiente y Recursos Naturales, el proyecto se someterá a un Estudio de Impacto Ambiental detallado (EIA), con planes de mitigación, conservación de biodiversidad, gestión de residuos y eficiencia energética. Además, se fomentará la reforestación, uso de energías limpias y construcción ecoeficiente.

Gestión estructural del proyecto: Se plantea una ejecución en etapas, comenzando con la planificación y diseño arquitectónico, seguido por la construcción y habilitación de zonas operativas. La fase de operación será acompañada por un sistema de monitoreo permanente de calidad ambiental, satisfacción del cliente y desempeño económico.

7.3 Impacto nacional: oportunidades

El proyecto representa una oportunidad sin precedentes para República Dominicana. A nivel económico, se espera una atracción masiva de inversión extranjera directa (IED), el aumento del gasto turístico y la diversificación del producto nacional. Se estima la creación de más de 15,000 empleos directos e indirectos durante la fase de construcción y operación.

Desde el ámbito social, el parque contribuirá a mejorar la calidad de vida en la región Este del país mediante programas educativos, fortalecimiento de capacidades laborales y desarrollo comunitario.

Turísticamente, consolidará a Punta Cana como un destino multiexperiencial de clase mundial, aportando a la estrategia Marca País y potenciando la conectividad aérea, marítima y hotelera.

Un referente importante del éxito del entretenimiento temático en República Dominicana es el complejo **Nickelodeon Hotels & Resorts Punta Cana**, operado por Karisma Hotels & Resorts en alianza con Paramount Global. Desde su apertura, ha mantenido niveles de ocupación por encima del 70 % anual (Karisma Hotels, 2023), lo que demuestra una **demanda sólida por experiencias temáticas de marcas internacionales**.

Aunque el enfoque de Nickelodeon está más centrado en el hotelería temático que, en el parque de atracciones, su desempeño comercial evidencia que existe un **margen de negocio sostenible** para este tipo de propuestas.

Si una marca como Nickelodeon, con menor reconocimiento global que Disney, ha logrado consolidarse en el mercado dominicano, es razonable proyectar que **Disney Caribe podría superar ampliamente esos resultados** gracias a su posicionamiento global, fidelidad de marca y propuesta experiencial de mayor escala.

Este precedente apoya la factibilidad del proyecto, al demostrar que **el entorno local responde positivamente a inversiones en turismo temático** y que la región cuenta con el flujo de visitantes y poder adquisitivo necesarios para sustentar modelos similares. Además, refuerza la percepción de que, aun con altos costos operativos, **el renombre de Disney** actúa como garantía de retorno en mediano y largo plazo.

7.4 Retos del entretenimiento: Caso Katmandú park

A pesar de las oportunidades, existen retos que deben considerarse. Entre ellos, la aceptación cultural local, la capacidad de competir con otros destinos emergentes, y las fluctuaciones del mercado turístico.

Estudios preliminares de preferencias del público indican que los visitantes priorizan parques de atracciones sobre acuarios o centros educativos, lo que valida la apuesta temática. No obstante, se deben contemplar espacios inclusivos y accesibles para todos los perfiles de visitantes.

El Cierre de Katmandú Park en Punta Cana tras solo un año de operaciones ha generado interrogantes sobre la sostenibilidad de los parques temáticos en el Caribe. Sin embargo, es importante destacar que las condiciones del proyecto Disney Caribe difieren sustancialmente de las de Katmandú.

Katmandu era una marca poco reconocida a nivel global y, aunque su propuesta era tecnológica e innovadora, no logró conectar ni con el público local ni con los turistas extranjeros. Además, su campaña de mercadeo fue limitada, y su escala operativa no se comparaba con el respaldo logístico, narrativo y experiencial que caracteriza a los parques de Disney.

Disney, por su parte, cuenta con una base de fans internacional, altos estándares de calidad, estrategias de mercadeo globales y alianzas estratégicas. Su implementación en Punta Cana no solo traería consigo una inversión significativamente mayor, sino también una infraestructura turística complementaria (hoteles, cruceros, aerolíneas, resorts, experiencias integradas) que garantiza mayor afluencia.

Por tanto, aunque el cierre de Katmandu representa un reto en cuanto a percepción del mercado, **no representa un indicador determinante del fracaso de propuestas temáticas en el Caribe**. Al contrario, sirve como un caso de estudio para evitar errores de posicionamiento, segmentación de mercado y estrategia operativa. Disney Caribe, con su solidez de marca y visión a largo plazo, se presenta como un modelo más robusto y resiliente.

7.5 Sostenibilidad del parque

El proyecto Disney Caribe integrará un modelo de desarrollo sostenible que contemple las dimensiones ambiental, social y económica, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU y las normativas locales e internacionales.

En materia ambiental, se implementarán sistemas avanzados de energía renovable, principalmente paneles solares y turbinas eólicas, para cubrir al menos un 60% del consumo energético total del parque. Además, se diseñarán plantas de tratamiento y reciclaje de agua que permitirán reutilizar el 85% del agua consumida, minimizando el

impacto hídrico en la región. La gestión integral de residuos contemplará separación en origen, compostaje y reciclaje, eliminando el uso de plásticos de un solo uso mediante alternativas biodegradables y compostables.

La arquitectura del parque incorporará criterios bioclimáticos: ventilación natural cruzada, orientación solar optimizada, uso de materiales locales y reciclados, techos y áreas verdes extensas que contribuirán a la regulación térmica y a la biodiversidad local. Se promoverá un diseño paisajístico que integre la flora autóctona y zonas de protección ambiental, fomentando un ecosistema equilibrado y resiliente.

Desde el enfoque social, el proyecto desarrollará un programa robusto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), colaborando con ONG ambientales y comunidades locales para impulsar iniciativas de reforestación, limpieza de playas y educación ambiental continua dirigida a empleados, visitantes y residentes. Se priorizará la contratación local con formación en prácticas sostenibles, promoviendo el desarrollo socioeconómico inclusivo y la reducción de brechas laborales.

Económicamente, Disney Caribe busca consolidar un modelo de negocio sostenible que asegure rentabilidad a largo plazo, minimizando externalidades negativas y contribuyendo a la economía circular local mediante alianzas con proveedores responsables y el impulso de innovaciones verdes.

Esta estrategia integral de sostenibilidad no solo garantizará la conservación ambiental del entorno, sino que reforzará el compromiso social y económico con la comunidad dominicana, posicionando a Disney Caribe como un referente en turismo responsable en el Caribe.

7.6 Aplicación de Design Thinking al hotel temático

Para el diseño del hotel principal del complejo Disney Caribe, se aplicará la metodología de **Design Thinking**, un enfoque centrado en el usuario que permite desarrollar soluciones innovadoras y ajustadas a las necesidades reales de los visitantes. Esta metodología consta de cinco fases que se están siguiendo para garantizar que el hotel ofrezca una experiencia auténtica, cómoda y memorable:

Empatizar: Actualmente, se realiza una investigación a través de encuestas digitales (Google Forms) dirigidas a turistas, familias y operadores turísticos. El objetivo es comprender sus expectativas, preferencias y necesidades respecto a un hotel temático en

Punta Cana. Esta fase permite obtener información directa de los futuros usuarios para fundamentar las siguientes etapas del diseño.

Definir: Con base en los datos recolectados, se identificarán los principales problemas y requerimientos, tales como la necesidad de reflejar autenticidad cultural caribeña, garantizar la comodidad y seguridad para familias, y asegurar una conectividad óptima con el parque temático y otras áreas del complejo.

Idear: En esta fase se generarán múltiples propuestas y conceptos creativos para el diseño del hotel, incluyendo la ambientación Disney adaptada a la cultura local, distribución de espacios, servicios, y experiencias personalizadas para diferentes tipos de huéspedes.

Prototipar: Se desarrollarán maquetas digitales y modelos tridimensionales que permitan visualizar y evaluar las propuestas de diseño, enfocándose en áreas clave como habitaciones temáticas, zonas infantiles, áreas verdes y espacios recreativos.

Testear: Los prototipos serán presentados a grupos locales conformados por turistas, expertos en turismo y posibles usuarios, quienes brindarán retroalimentación cualitativa para optimizar el diseño final. Esta etapa puede incluir simulaciones virtuales y encuestas de opinión.

Este proceso iterativo garantiza que el hotel temático Disney Caribe no solo cumpla con altos estándares de calidad y funcionalidad, sino que también sea una propuesta innovadora y alineada con las expectativas del mercado turístico nacional e internacional.

Imagen referencial del prototipo a incluir en el documento.

7.7 Proyección de la demanda y beneficios económicos

Tomando como referencia parques temáticos de escala similar, se estima que **Disney Caribe** podría recibir entre **1.2 y 1.5 millones de visitantes anuales** en sus primeros cinco años de operación, con un crecimiento proyectado del 5 % anual, sustentado en el posicionamiento de la marca, las alianzas estratégicas y la creciente llegada de turistas al país.

De acuerdo con el Ministerio de Turismo de la República Dominicana (MITUR), **solo en los primeros seis meses del año 2025, el país ha recibido más de 6 millones de visitantes**, lo cual representa un récord histórico y evidencia el robusto crecimiento del sector (MITUR, 2025). Punta Cana, siendo el principal polo receptor, concentra la mayor parte de ese flujo, lo que convierte a esta región en un punto estratégico para la instalación del parque.

En términos de ingresos directos, se prevé una recaudación anual superior a los **USD 400 millones**, considerando entradas, paquetes turísticos, hospedaje, venta de alimentos, merchandising y experiencias personalizadas. A ello se suma el impacto económico indirecto que beneficiaría sectores como transporte, comercio, gastronomía y hotelería.

A nivel macroeconómico, la instalación de un parque Disney en República Dominicana podría representar un **incremento significativo del PIB nacional**, con aportes estimados de hasta un **0.6 % del PIB turístico anual** en su etapa inicial (Consejo Mundial de Viajes y Turismo, 2024). Además, se espera un aumento sustancial en la recaudación fiscal, gracias al consumo turístico, el empleo formal y la inversión extranjera directa.

También se estima la **generación de más de 15,000 empleos directos e indirectos**, lo cual contribuiría a reducir el desempleo regional y fortalecer la capacitación laboral. La presencia de Disney Caribe consolidaría a República Dominicana como un **hub regional de turismo temático y entretenimiento**, compitiendo con destinos como México o Florida.

Un caso exitoso que puede tomarse como referencia es el parque **Xcaret en México**, el cual combina atractivos naturales, experiencias culturales y actividades temáticas bajo un modelo de sostenibilidad. Su estrategia de integración con el entorno local y su fuerte identidad regional lo han convertido en un referente mundial, generando más de un millón de visitantes anuales y elevando la proyección internacional de la Riviera Maya.

Asimismo, **Disneyland París**, inaugurado en 1992, ha sido clave para posicionar a Europa dentro del mapa de turismo temático mundial. A pesar de los desafíos iniciales, logró consolidarse gracias a su estrategia de adaptación cultural, paquetes accesibles para el público europeo y su conexión con el sistema ferroviario y aeroportuario. Actualmente, recibe más de 10 millones de visitantes al año y aporta más de EUR 1,700 millones a la economía francesa anualmente.

Esta estimación se apoya en comparaciones con complejos como Disneyland París, que en su primer año atrajo más de 11 millones de visitantes (Statista, 2023), y con Xcaret México, que recibe más de 1.5 millones de personas al año (Grupo Xcaret, 2023), aun sin tener el mismo peso global que la marca Disney.

Otro ejemplo destacable es **Tokyo Disneyland**, el primer parque de Disney fuera de Estados Unidos, inaugurado en 1983. Este parque ha demostrado un rendimiento excepcional al adaptarse al contexto cultural japonés, integrando detalles de hospitalidad local (omotenashi), puntualidad y eficiencia. En 2023, Tokyo Disneyland y

Disney Sea atrajeron a más de 12 millones de visitantes, consolidándose como uno de los complejos más exitosos de la marca en Asia. Su éxito demuestra que, con un enfoque estratégico de adaptación cultural, es posible alcanzar niveles de desempeño económico y social sostenibles en contextos internacionales diversos.

También se destacan casos como **Hong Kong Disneyland**, que logró posicionarse como un destino familiar clave para los mercados del sudeste asiático, y **Shanghái Disney Resort**, que en su primer año superó los 11 millones de visitantes, integrando elementos culturales chinos con la experiencia Disney, lo que fortaleció su conexión con el público local y elevó su impacto económico regional.

Este tipo de proyectos también tiene un efecto dinamizador sobre el mercado inmobiliario, la oferta de servicios y la inversión en infraestructura pública. La alianza público-privada es clave para maximizar el beneficio económico, garantizando la redistribución de los ingresos y la sostenibilidad del modelo a largo plazo.

Asimismo, se contempla la creación de clústeres turísticos y comerciales alrededor del parque, incentivando nuevas oportunidades para emprendedores, proveedores de servicios y pymes del sector creativo.

La combinación de estos factores convierte a Disney Caribe en una inversión estratégica no solo para el crecimiento del turismo, sino también para la transformación estructural de la economía local.

Finalmente, el desarrollo del parque fortalecería la imagen de **Marca País**, al posicionar a la República Dominicana como un destino atractivo para la inversión extranjera sostenible y como un referente en la oferta turística premium e innovadora del Caribe insular.

7.8 Estrategia de internacionalización de Disney

El proceso de internacionalización es la expansión de una empresa más allá de sus fronteras nacionales para establecer operaciones en mercados extranjeros. Para una marca global como Disney, este proceso implica mucho más que solo exportar productos: se trata de adaptar su identidad, operaciones, modelo de negocio y estrategias de marketing a contextos culturales, económicos, legales y sociales distintos.

Etapas del proceso de internacionalización de Disney (aplicable a Disney Caribe)

Análisis de mercado internacional: Disney estudia la demanda, el comportamiento del consumidor, riesgos y oportunidades. En el caso de RD, la alta demanda turística y la escasa competencia temática hacen viable el proyecto.

Adaptación del producto/servicio: Se adapta la experiencia Disney al contexto cultural local, integrando personajes como Moana, Ariel, Lilo & Stitch, Buscando a Nemo, Piratas Del Caribe o referencias al folklore dominicano.

Entrada al mercado extranjero: Disney suele entrar con alianzas estratégicas. En RD, podría hacerse mediante una alianza público-privada o inversión extranjera directa, aprovechando los incentivos del sector turístico.

Estrategia de marketing local: Se diseñan campañas adaptadas al público local e internacional, con precios diferenciados, branding multilingüe y promociones específicas.

Sostenibilidad operativa y crecimiento: Luego de instalarse, se integra al tejido económico del país, creando empleos, fortaleciendo la infraestructura y explorando expansión mediante hoteles, cruceros (Disney Sea Port), o resorts temáticos.

Este proceso minimiza riesgos al replicar modelos exitosos, maximiza aceptación local al tener un enfoque "global con sabor caribeño" y aprovecha el conocimiento y recursos de la marca a nivel internacional.

Disney ha seguido un modelo de internacionalización gradual pero ambicioso. Comenzó con licencias internacionales y exportación de contenido, para luego expandirse mediante parques temáticos y productos de consumo. Su fórmula incluye alianzas con gobiernos, inversión en infraestructura, integración vertical (hoteles, merchandising, medios, parques) y un enfoque en la experiencia del cliente.

Ejemplos como **Disneyland París, Tokyo Disneyland, Hong Kong Disneyland y Shanghái Disney Resort** evidencian cómo la marca adapta sus parques a cada cultura: desde la gastronomía y el idioma hasta las atracciones. Esta estrategia le permite captar diferentes públicos sin perder su identidad global.

Para Disney Caribe, este proceso de internacionalización implica ajustar la oferta a la identidad caribeña, trabajar de la mano con el gobierno dominicano y asegurar un entorno legal, económico y social favorable. Además, la marca podrá aprovechar la afinidad cultural de la región con el entretenimiento estadounidense, lo cual facilitaría su inserción y aceptación por parte del mercado local e internacional.

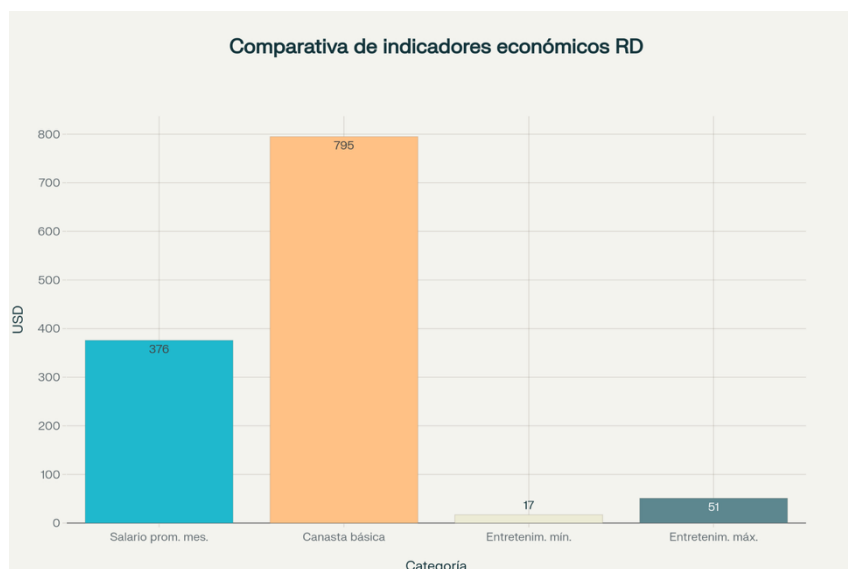
7.9 Perfil Socioeconómico y Análisis de Mercado Comparado

República Dominicana presenta un salario mínimo promedio de aproximadamente USD 260 a USD 370 (Ministerio de Trabajo, 2024). En contraste, el salario promedio en Estados Unidos supera los USD 4,300 mensuales (U.S. Bureau of Labor Statistics, 2024), lo que implica una diferencia significativa en capacidad de consumo.

Una persona en República Dominicana suele gastar en entretenimiento una cantidad variable según su estilo de vida. Según estimaciones de costo de vida, una persona sola gasta en total unos USD 1121 al mes, de los cuales el gasto en entretenimiento suele representar entre USD 17 y USD 50 mensuales para actividades regulares como cine, salidas, gimnasio o eventos sociales, aunque puede aumentar considerablemente si se incluyen actividades turísticas o espectáculos especiales. Por lo tanto, aunque el parque se enfocará principalmente en atraer turistas internacionales, es fundamental establecer precios diferenciados para el público dominicano, garantizando su inclusión sin comprometer la rentabilidad del proyecto.

El siguiente gráfico muestra la comparación entre los diferentes salarios promedio, el costo de la canasta básica y el monto un dominicano posiblemente gasta mensualmente para entretenimiento:

Ilustración 1: Comparación entre los diferentes salarios promedio, el costo de la canasta básica y el monto un dominicano posiblemente gasta mensualmente para entretenimiento



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos en 2025

Ilustración 2: Comparación entre los diferentes salarios promedio, el costo de la canasta básica y el monto un dominicano posiblemente gasta mensualmente para entretenimiento

Concepto	USD Mensual (2025)
Canasta básica nacional	795
Salario mínimo microempresa	269
Salario mínimo pequeña empresa	292
Salario mínimo mediana empresa	436
Salario mínimo gran empresa	476
Salario promedio estimado	371
Gasto mensual en entretenimiento	17 – 51

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos en 2025

Capacidad social e inversión del país

Según el Banco Central (2025), más del 16% del PIB nacional proviene del turismo, lo que refleja una alta dependencia del sector. Punta Cana recibe más de 4.5 millones de turistas anualmente, siendo el destino principal del país. Este flujo constante de visitantes respalda la viabilidad económica del proyecto, ya que garantiza una demanda recurrente para una oferta de entretenimiento de clase mundial. En cuanto a la inversión extranjera, República Dominicana captó más de USD 4,390 millones en IED en 2023, de los cuales un 27% se destinó al turismo y la construcción hotelera (CEI-RD, 2024). Esto demuestra el interés de inversionistas internacionales en el desarrollo de proyectos turísticos de alto nivel en el país.

Con la implementación de políticas de acceso inclusivo, el parque podría:

Mejorar el bienestar familiar al ofrecer opciones de ocio de calidad.

Fomentar el turismo interno y el orgullo local.

Contribuir a la cohesión social y a la oferta cultural y recreativa del país.

Origen de turistas que visitan Punta Cana

Según los porcentajes más recientes reportados por el MITUR (2024):

Total, de turistas por vía aérea a República Dominicana en 2024: 8,535,742

Porcentaje que llega por Punta Cana: 59%

Total estimado de turistas por Punta Cana: $\approx 5,036,088$

Ilustración 3: Porcentaje de turistas que visitan Punta Cana por país de origen

País de origen	% sobre total RD	% sobre Punta Cana*	Visitantes estimados a Punta Cana (2024)
Estados Unidos	46%	~46%	2,316,600
Canadá	17%	~17%	856,135
Colombia	5%	~5%	251,804
Argentina	4%	~4%	201,443
Puerto Rico	3%	~3%	151,083
Otros países	25%	~25%	1,259,023
<u>Total</u>	100%	100%	5,036,088

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos en 2025

Esto evidencia que la mayoría de los visitantes provienen de países con un alto poder adquisitivo y experiencia previa con parques temáticos, lo que aumenta la probabilidad de aceptación y consumo de una experiencia como Disney Caribe. De hecho, referencias internacionales y regionales indican que entre el 30% y el 60% de los turistas familiares o de ocio en destinos de sol y playa muestran interés en parques temáticos de renombre, especialmente si son de la marca Disney.

Si el 40% de los visitantes anuales de Punta Cana estuvieran interesados en una experiencia Disney, esto equivaldría a aproximadamente 2 millones de potenciales visitantes anuales solo del flujo internacional.

El interés sería especialmente alto en los mercados de Estados Unidos y Canadá, que juntos suman más de 3,1 millones de turistas anuales a Punta Cana, acostumbrados a productos Disney y con mayor poder adquisitivo.

Un parque Disney en Punta Cana podría captar potencialmente entre 1,5 y 2,5 millones de visitantes internacionales al año, dependiendo de su capacidad de atracción, precios y estrategias de mercadeo. La cifra podría ser mayor si se incluyen visitantes nacionales y de países vecinos, así como turistas de cruceros que desembarcan en la región.

Según estadísticas oficiales del Banco Central de la República Dominicana y entidades turísticas internacionales, el gasto promedio diario de un turista en el Caribe: El gasto promedio diario de turistas en destinos caribeños oscila entre USD 150 y USD 200, dependiendo del país y la oferta de ocio. En 2024, el sector de viajes y turismo en el Caribe aportó USD 81,400 millones al PIB regional, representando el 17.6% de la economía caribeña.

Comparación regional:

República Dominicana: USD 167.30/día (2024)

Caribe promedio: USD 150–200/día (2024)

Turismo doméstico en RD: USD 3,700 millones anuales

Turismo internacional en RD: USD 11,200 millones anuales

Ilustración 4: Gasto diario de un turista de RD y de Caribe en comparación con el Turismo doméstico en RD y el Turismo internacional en RD

	Gasto diario turista (USD)	Gasto anual turismo internacional (USD)	Gasto anual turismo doméstico (USD)
República Dominicana	167.30	11,200	3,700
Caribe (promedio)	150–200	81,400	—

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos en 2025

Caso Xcaret (México)

El parque Xcaret en Riviera Maya, México, es un referente exitoso de integración cultural, ecológica y turística. Su modelo combina atracciones naturales, espectáculos culturales y actividades acuáticas, todo bajo un esquema de sostenibilidad y segmentación de público.

Xcaret está organizado en seis rutas temáticas principales, cada una identificada por un color en el mapa y señalización dentro del parque. Estas rutas permiten a los visitantes elegir su recorrido según intereses y tiempo disponible, y están diseñadas para facilitar la exploración de la vasta oferta del parque:

Ilustración 5: Seis rutas temáticas principales de Xcaret

Ruta / Zona	Temática principal	Ejemplos de atracciones y actividades
Ruta del Río (Negra)	Naturaleza, ríos subterráneos, fauna	Ríos, selva, manantiales, hábitats de animales
Ruta del Acuario (Azul)	Vida marina	Acuario, tortugas, delfines, tiburones, espectáculos

Ruta de la Playa (Verde)	Relax, playa, deportes acuáticos	Playas, snorkel, restaurantes de playa, bares
Ruta de los Delfines (Roja)	Experiencias con delfines y adrenalina	Nado con delfines, piscinas naturales, deportes extremos
Ruta Pueblo Maya (Blanca)	Cultura y tradiciones prehispánicas	Aldea maya, aviario, mariposario, juegos de pelota
Ruta México Espectacular (Marrón)	Folklore mexicano, espectáculos, gastronomía	Teatro, shows, hacienda, capillas, arte popular

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Xcaret.com

Cada ruta está claramente señalizada y se puede seguir de forma independiente o combinada, permitiendo personalizar la visita según preferencias.

Paquetes y Experiencias (Xcaret.com)

Xcaret ofrece paquetes básicos y premium que incluyen o excluyen actividades especiales (nado con delfines, tours privados, cenas temáticas).

El visitante puede comprar experiencias adicionales sobre la marcha, adaptando el gasto y la vivencia a su presupuesto y expectativas.

El parque incentiva el uso de su aplicación móvil para planificar rutas, consultar horarios y reservar actividades, optimizando la experiencia del usuario.

¿Qué se puede adaptar a Disney Caribe?

Integración cultural

Xcaret destaca por la integración de la cultura local, con espectáculos, arquitectura y gastronomía que celebran la identidad mexicana y maya.

Disney Caribe podría incorporar elementos culturales dominicanos y caribeños: música, danzas, gastronomía, arte, y leyendas locales, generando identidad y diferenciación frente a otros parques Disney.

Enfoque ecológico

El parque prioriza la conservación ambiental: hábitats naturales, rutas en la selva, interacción responsable con fauna y flora, y educación ambiental.

Disney Caribe puede adoptar este enfoque, integrando rutas naturales, actividades de sensibilización ecológica y diseño sostenible, alineándose con tendencias globales y expectativas del público moderno.

Justificación de la lógica de distribución temática

Organizar el parque en rutas/zona temática facilita la navegación, mejora la experiencia del visitante y permite una gestión eficiente de flujos y recursos.

La señalización clara y la app móvil permiten personalizar recorridos y optimizar el tiempo, algo replicable en Disney Caribe para familias y grupos con intereses diversos. La oferta de paquetes y experiencias adicionales maximiza el ingreso por visitante y permite segmentar el mercado: desde locales hasta turistas internacionales con alto poder adquisitivo.

La integración cultural y ecológica no solo enriquece la experiencia, sino que genera valor social y reputacional, diferenciando el parque en el competitivo mercado del entretenimiento.

Disney Caribe puede replicar la lógica de Xcaret dividiendo el parque en zonas temáticas (cultura, naturaleza, aventura, espectáculos), integrando la identidad caribeña y dominicana, y ofreciendo rutas y paquetes flexibles para distintos públicos, todo bajo un enfoque de sostenibilidad y experiencia personalizada

7.10 La delincuencia como reto para el proyecto Disney en República Dominicana.

Uno de los **principales desafíos sociales y reputacionales** para la instalación de un parque Disney en República Dominicana es la **percepción de inseguridad**, especialmente en zonas urbanas. Aunque los polos turísticos suelen estar más controlados, el país tiene una tasa de criminalidad que puede preocupar a inversionistas y visitantes internacionales.

Índice de criminalidad 2024 (Numbeo): RD se encuentra con una puntuación media-alta (alrededor de 58/100), donde 100 es el peor nivel.

Crímenes más reportados: robos, asaltos y hurtos menores en zonas urbanas.

Percepción externa: algunos medios internacionales asocian RD con episodios de inseguridad, aunque esto no representa las zonas turísticas.

¿Por qué es un reto real para Disney?

Disney tiene un estándar **muy alto de seguridad, orden y experiencia controlada**.

Una percepción de inseguridad puede **afectar el interés de turistas internacionales**, sobre todo familias con niños.

Las inversiones requieren garantías de seguridad para personal, visitantes y activos.

¿Cómo se puede sopesar este reto?

1. Localización estratégica segura

Punta Cana es una de las zonas **más seguras del país** con fuerte presencia de seguridad turística (CESTUR).

Bajo índice de criminalidad en zonas hoteleras privadas y controladas.

2. Seguridad Integral Disney Caribe

La implementación de un parque temático de la magnitud de Disney Caribe en Punta Cana requiere un sistema de seguridad integral que garantice la protección de los visitantes, trabajadores, infraestructuras y la gestión ética de los datos digitales. Para ello, se propone un modelo de seguridad física, digital y comunitaria, adaptado al contexto dominicano, pero con los más altos estándares internacionales.

2.1 Seguridad física y operativa

Disney es líder mundial en protocolos de seguridad, con sistemas propios de vigilancia interna que no son tercerizados. En el caso de Disney Caribe, se implementará una estructura robusta y altamente especializada con los siguientes elementos:

- **Personal de seguridad propio**, entrenado en manejo de crisis, atención al cliente, evacuación masiva y resolución de conflictos.
- **Cámaras de videovigilancia (CCTV) con inteligencia artificial**, capaces de detectar aglomeraciones inusuales, objetos sospechosos o comportamientos de riesgo.
- **Controles de acceso avanzados**, incluyendo validación biométrica, escaneo de códigos QR y torniquetes inteligentes que permiten seguimiento en tiempo real.
- **Monitoreo centralizado 24/7** desde un centro de comando oculto, en coordinación con la Policía Turística (CESTUR), Defensa Civil y otras autoridades.
- **Zonas de seguridad perimetral** con barreras físicas, sensores de movimiento, drones de vigilancia y patrullaje continuo.
- **Protocolos internacionales de seguridad** como los del DHS de EE. UU. y normas ISO, aplicados a la operativa diaria del parque.

Estas medidas garantizarán una experiencia segura, fluida y confiable para turistas locales e internacionales.

2.2 Seguridad digital y protección de datos

En un entorno digitalizado como Disney Caribe, donde los visitantes interactúan mediante aplicaciones móviles, entradas digitales, pagos sin contacto y redes Wi-Fi públicas, la

protección de datos personales cobra un rol central. Se aplicarán las siguientes políticas y tecnologías:

- **Cumplimiento de la Ley No. 172-13** de República Dominicana sobre Protección de Datos Personales y armonización con el **Reglamento General de Protección de Datos (GDPR)** de la Unión Europea.
- **Infraestructura de ciberseguridad avanzada**, incluyendo firewalls, segmentación de red, sistemas anti-intrusión y monitoreo de tráfico.
- **Cifrado de extremo a extremo** para datos personales, transacciones electrónicas y credenciales de acceso.
- **Doble autenticación en plataformas digitales**, para mayor seguridad en la compra de boletos, reservas de hoteles temáticos y seguimiento de experiencias.
- **Política de consentimiento informado**, derecho de rectificación y eliminación de datos, en cumplimiento con los principios éticos y legales de privacidad.
- **Monitoreo proactivo de amenazas cibernéticas**, mediante un equipo interno de ciberseguridad que trabajará en colaboración con el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL), Interpol y agencias internacionales.

Estas acciones buscan blindar digitalmente el ecosistema Disney Caribe y generar confianza en los usuarios al proteger su identidad y privacidad.

2.3 Prevención social y cooperación institucional

Además de la protección física y digital, Disney Caribe promoverá estrategias de **prevención del delito y desarrollo comunitario** que integren la seguridad con el bienestar social de su entorno:

- **Programas de empleo formal para jóvenes locales**, especialmente en zonas de vulnerabilidad social, promoviendo la inclusión y la prevención del delito desde el tejido comunitario.
- **Campañas educativas de civismo, convivencia y sostenibilidad**, dirigidas a visitantes y comunidades vecinas.
- **Inversión en infraestructura urbana** en áreas colindantes al parque: iluminación, caminos seguros, cámaras públicas, señalización, etc.

- **Convenios de cooperación con el Estado dominicano**, especialmente con el Ministerio de Interior y Policía, CESTUR y el Ministerio de Turismo, para la creación de un **corredor turístico blindado** en Punta Cana.
- **Protocolos de seguridad sanitaria y ambiental**, incluyendo control epidemiológico y respuesta a emergencias climáticas.

Esta visión de seguridad holística busca que Disney Caribe sea no solo un parque seguro, sino también un **agente activo de transformación social y urbana** en la región.

3. Alianzas estratégicas para la implementación del proyecto

La ejecución de un parque temático de clase mundial como **Disney Caribe** requiere no solo de una inversión robusta, sino también de un marco de alianzas estratégicas que respalde su viabilidad legal, operativa y diplomática. Este tipo de proyecto necesita de una colaboración activa entre los sectores público, privado e internacional, de modo que se garantice una gestión eficaz, sostenible y conforme a los estándares globales de la marca Disney. A continuación, se detallan las principales alianzas requeridas:

3.1 Alianza público-privada con el Estado

Uno de los pilares fundamentales para viabilizar Disney Caribe es la conformación de una **alianza público-privada (APP)** entre el Estado dominicano y los inversionistas internacionales. Esta cooperación permitiría asegurar el marco normativo adecuado, acceso a incentivos fiscales, disponibilidad de terrenos e infraestructura de soporte.

Entre las medidas proyectadas se incluyen:

Establecimiento de **corredores turísticos blindados**, con rutas seguras entre el aeropuerto, el parque y los hoteles asociados.

Refuerzo de la **presencia del Cuerpo Especializado de Seguridad Turística (CESTUR)** y la **Policía Turística (POLITUR)** en la región Este. Firma de **convenios con el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC)** y otras entidades clave para facilitar permisos, conectividad vial y promoción conjunta del proyecto.

Implementación de **marcos legales favorables** como la Ley de Fomento al Desarrollo Turístico No. 158-01 y su reglamento modificado.

3.2 Alianzas diplomáticas y modelo de negocios internacionales

Dada la naturaleza global de la marca Disney, la implementación de Disney Caribe requiere establecer alianzas diplomáticas estratégicas entre la Embajada de los Estados Unidos en la República Dominicana y la Embajada de la República Dominicana en los Estados Unidos, con el fin de garantizar apoyo institucional, cooperación técnica e intercambio bilateral.

Estas alianzas diplomáticas permitirán:

Facilitar la **atracción de inversión extranjera directa (IED)** bajo acuerdos de promoción y protección recíproca de inversiones.

Gestionar convenios con entidades como el **Departamento de Comercio de los Estados Unidos**, la **Oficina de Representación Comercial** y organismos multilaterales como el **Banco Interamericano de Desarrollo (BID)** o la **Corporación Financiera Internacional (IFC)**.

Apoyar procesos de intercambio cultural, capacitación técnica, homologación de estándares de construcción, seguridad y sostenibilidad, así como la protección de propiedad intelectual y derechos de marca.

Favorecer la integración del proyecto en **ferias internacionales de turismo y negociaciones multilaterales**, posicionando a Disney Caribe como un modelo de diplomacia económica aplicada.

Asimismo, se contempla la creación de un **modelo de negocios internacional mixto**, donde converjan capital extranjero, gestión operativa bajo licenciamiento Disney, y colaboración activa del Estado dominicano. Este enfoque refuerza la confianza internacional en el proyecto y posiciona al país como destino atractivo para futuras inversiones en entretenimiento sostenible.

4. Campañas de comunicación y reputación internacional

Mostrar casos exitosos de seguridad en zonas turísticas dominicanas.

Garantizar cobertura de seguros, protocolos de emergencia y accesibilidad médica.

Aunque la delincuencia es un reto latente, es manejable con planificación estratégica y cooperación institucional. La experiencia de Disney en otras regiones con riesgos similares (como Ciudad de México o Río de Janeiro) demuestra que es posible operar con altos estándares de seguridad dentro de zonas controladas y blindadas.

A pesar de su percepción de inseguridad, República Dominicana ha mantenido cifras más estables que otros destinos turísticos globales.

Según el Índice Global de Paz 2023 (Institute for Economics and Peace), RD se ubica en un nivel medio de seguridad, mejor posicionada que países como Brasil, México o Colombia, donde ya existen parques temáticos o zonas turísticas de alto perfil.

Estudios del BID y del Banco Mundial demuestran que el turismo bien gestionado tiene un efecto indirecto en la disminución de delitos en áreas intervenidas.

Inversiones de gran escala (como Disney) generan presión positiva en el entorno, elevando estándares urbanísticos, controles y empleabilidad formal, lo cual disminuye la actividad delictiva local.

Ejemplo de seguridad Disney en contextos complejos

Disneyland París, inaugurado en 1992, enfrentó retos por terrorismo e inseguridad en Francia. Su respuesta fue aumentar protocolos internos, desarrollando una **cultura de seguridad sin afectar la magia de la experiencia**.

Esto demuestra que **la gestión del riesgo es parte integral del modelo Disney** y puede adaptarse a distintos contextos sociopolíticos, incluyendo RD.

7.10.1 ¿Cuáles países ya nos visitan y cuáles tienen el poder adquisitivo para venir a Disney en República Dominicana?

Según el Ministerio de Turismo de República Dominicana (MITUR) y datos del Banco Central, en el año 2023 el país recibió más de 10 millones de visitantes, consolidándose como el destino número 1 del Caribe.

Ilustración 6: Los principales países emisores de turistas a RD fueron:

País de origen	% del total (2023)	Características clave

US Estados Unidos	44.2%	Poder adquisitivo alto, turismo familiar, cruceros
CA Canadá	15.3%	Estancias largas en invierno, gasto medio-alto
CO Colombia	6.2%	Turismo regional, creciente clase media
AR Argentina	5.1%	Interés cultural, familias, mercado emergente
CL Chile	3.8%	Turismo de lujo y aventura
PR Puerto Rico	3.5%	Turismo exprés, cercanía cultural y geográfica
ES España	2.4%	Turismo europeo de larga distancia
FR Francia	1.9%	Combinación cultural y recreativa

Además, se reciben turistas de **Alemania, Brasil, México, Italia y Rusia** en menor proporción, pero con poder adquisitivo medio-alto.

7.10.2 ¿Quiénes tienen el poder adquisitivo para visitar Disney RD?

Turistas con mayor probabilidad de consumir un parque Disney:

Estados Unidos y Canadá: Perfil ideal porque ya visitan parques en Florida o California. Disney en RD representa una alternativa más accesible y cercana, especialmente para cruceristas y viajeros del noreste de EE.UU.

Puerto Rico: Mercado de fin de semana o puente largo. Familiarizados con la marca, fuerte conexión cultural con RD.

Turismo de cruceros (Disney Cruise Line y otros): Cada crucero transporta entre 2,500 y 4,000 personas. Muchos ya pagan excursiones costosas: un ticket a Disney RD sería atractivo si está dentro de la ruta o puerto base.

Turismo latinoamericano emergente: Colombia, Chile y Argentina tienen una clase media creciente con interés en turismo de experiencias familiares. Disney en RD sería más económico y cercano que ir a EE.UU.

Un viaje a Disney Orlando desde Colombia o Chile cuesta alrededor de **USD 2,500 – USD 4,000** por familia. A Disney en RD podría costar entre **USD 1,200 – USD 2,000**, generando una **ventaja comparativa regional**.

7.10.3 Demanda en otros países con parques Disney: ¿Cómo les ha ido y qué podemos aprender para el caso de RD?

Actualmente, Disney opera parques temáticos en **6 ubicaciones globales**, con rendimiento notable a pesar de diferencias culturales, económicas y geográficas:

Ilustración 7: Operación Disney en diferentes ubicaciones globales.

Ubicación	Parques principales	Visitantes anuales aproximados*	Año de apertura
Orlando, EE.UU.	Magic Kingdom, Epcot, Animal Kingdom, Hollywood Studios	58 millones+ (los 4 juntos)	1971
Anaheim, EE.UU.	Disneyland Park, Disney California Adventure	27 millones	1955
París, Francia	Disneyland Paris, Walt Disney Studios	15 millones	1992
Tokio, Japón	Tokyo Disneyland, DisneySea	30 millones	1983
Hong Kong, China	Hong Kong Disneyland	5-6 millones	2005
Shanghái, China	Shanghai Disney Resort	12 millones+	2016

*Fuente: Themed Entertainment Association (TEA) 2023 / Disney Annual Reports

Ejemplo clave: Disneyland París

Caso útil para RD por contexto internacional y demanda diversificada

Disneyland París recibe 15 millones de visitantes al año, de los cuales:

49% son turistas internacionales

Principales países emisores: Reino Unido, España, Alemania, Italia, Bélgica

Modelo de acceso multimodal: tren, avión, auto

Aporta aproximadamente €2,700 millones al PIB francés y 39,000 empleos directos e indirectos (INSEE, 2022)

Lección clave: la marca Disney, bien adaptada a una región con demanda turística y buena conectividad, puede generar retornos económicos masivos incluso fuera del mercado norteamericano.

Shanghai Disney Resort: ejemplo reciente en Asia

Inaugurado en 2016, superó los **11 millones de visitantes en su primer año**.

Más del 70% eran visitantes **nacionales chinos**, un mercado con alta densidad poblacional y creciente poder adquisitivo.

Adaptó contenidos culturales al entorno local (e.g. comida china en el parque, festividades como el Año Nuevo Lunar).

Lección clave: la adaptación cultural + un entorno con buena conectividad + un mercado emergente son claves del éxito, igual que en RD.

Ilustración 8: ¿Qué porcentaje de visitantes son nacionales vs internacionales?

Parque	Visitantes nacionales	Visitantes internacionales
Orlando (Walt Disney World)	70% nacionales (EE.UU.)	30% extranjeros (LATAM, Europa)
París	51% franceses	49% resto de Europa y mundo
Tokio	95% japoneses	5% extranjeros
Hong Kong / Shanghái	80% locales/regionales	20% extranjeros

Dada la alta dependencia del país en el turismo internacional, es realista estimar que un 60%-65% de visitantes serían extranjeros, y un 35%-40% serían nacionales o caribeños.

7.10.4 ¿Cómo le podría ir a Disney en República Dominicana?

Fortalezas:

Ubicación caribeña estratégica (a 2-4 horas de vuelo desde EE. UU. y LATAM).

Alta frecuencia de vuelos turísticos y cruceros.

Marca Disney ya posicionada emocionalmente en el mercado hispano.

Estimación razonable de visitantes:

Año 1: 2 millones

Año 3: 3 millones

Año 5: 3.5 a 4 millones

(En línea con los primeros años de Shanghai y Hong Kong)

Estimación de ingresos brutos (conservadora):

USD 90 de entrada × 2M = USD 180 millones

USD 60 en comida/souvenirs × 2M = USD 120 millones

Hotel: $30\% \text{ visitantes} \times 3 \text{ noches} \times \text{USD } 250 = \text{USD } 450 \text{ millones}$

El análisis de parques existentes demuestra que la marca Disney se adapta con éxito fuera de EE. UU. cuando se combina con buena conectividad, crecimiento turístico y adaptación cultural, todos elementos presentes en RD. Con una base turística ya sólida y visitantes de alto poder adquisitivo, el país tiene potencial para replicar el éxito de Disneyland París o Shanghai a una escala tropical caribeña, convirtiéndose en un punto neurálgico de entretenimiento familiar en América Latina.

Total, estimado año 1: USD 750 millones – USD 800 millones

7.10.5 ¿Cómo le irá a República Dominicana con el turismo de cada país al año gracias a Disney?

La instalación de un parque temático Disney en República Dominicana generaría un efecto multiplicador en la llegada de turistas internacionales, por las siguientes razones: La marca Disney es un imán turístico global, con alto valor aspiracional y reconocimiento universal.

República Dominicana ya posee infraestructura turística madura, con conectividad aérea, hotelera y portuaria.

Al diversificarse la oferta turística (de sol y playa hacia entretenimiento familiar), se capta un nuevo segmento internacional, especialmente familias que no suelen visitar el país actualmente.

Basado en datos del MITUR, Banco Central y comportamiento en otros parques Disney, se estiman los siguientes flujos adicionales a partir del año 2 de operación

Ilustración 9: Flujo visitantes por país de origen, a partir del segundo año de operación.

País de origen	Turistas anuales	Visitantes adicionales estimados por Disney	Comentario estratégico
US Estados Unidos	4.5 millones	+700,000	Familiaridad con Disney, vuelos directos, turismo familiar
CA Canadá	1.2 millones	+150,000	Alta demanda invernal, alto poder adquisitivo

co Colombia	300,000	+100,000	Nueva clase media viajera, atractivo regional
PR Puerto Rico	200,000	+80,000	Acceso rápido, familiaridad cultural
AR Argentina	150,000	+50,000	Valor diferencial frente a Disney en EE.UU.
CL Chile	120,000	+40,000	Alta demanda por experiencias familiares
MX México	100,000	+40,000	Conectividad creciente, cultura Disney
BR Brasil	90,000	+30,000	Turismo de larga distancia, gasto elevado
ES España	80,000	+25,000	Interés en Caribe y experiencias temáticas
Otros (Caribe, UE)	—	+60,000	Cruceros, excursiones temáticas

Total, estimado de turistas adicionales por año debido a Disney RD: +1,275,000 visitantes extranjeros a partir del segundo año.

Además del flujo internacional, se estima una fuerte movilización interna y regional:

Dominicanos residentes: entre 500,000 y 800,000 visitas anuales, gracias a tarifas diferenciadas, excursiones escolares, membresías familiares.

Caribe y Centroamérica: países como Haití, Jamaica, Panamá, Costa Rica y Cuba podrían sumar entre 50,000 y 100,000 visitantes anuales motivados por cercanía y precios competitivos frente a EE. UU.

El aumento del turismo internacional provocaría beneficios en:

Aerolíneas: nuevas rutas y mayor ocupación desde mercados emisores.

Hotelería: aumento en la demanda fuera del complejo Disney, especialmente en Santo Domingo y Punta Cana.

Gastronomía y comercio local: mayor consumo de productos y experiencias dominicanas complementarias.

Empleo formal: más de 15,000 empleos directos e indirectos en turismo, logística, arte, tecnología y servicios.

La llegada de un parque Disney a República Dominicana generaría un crecimiento sostenido del turismo internacional, estimado en más de 1 millón de visitantes adicionales por año. Este crecimiento no solo beneficia a Disney, sino que redistribuye la demanda turística entre nuevos mercados emisores, activa la economía regional y fortalece la marca país como destino global de entretenimiento.

Conclusión general: resultado de tener un Disney en el país y cómo impactaría la economía dominicana.

La implementación de un parque temático estilo Disney en República Dominicana representa una oportunidad transformadora para la economía nacional, generando beneficios de gran alcance en los ámbitos turístico, social y estructural.

1. Refuerzo del liderazgo turístico del país

Actualmente, el turismo aporta aproximadamente **USD 21 mil millones al PIB (15,8%)** y emplea a casi **893,000 personas**, lo que equivale al 17,9 % de la fuerza laboral. Un parque Disney elevaría aún más estas cifras, consolidando a la República Dominicana como el principal destino turístico del Caribe.

2. Incremento sostenible del arribo de turistas

Partiendo de una base de más de 11 millones de visitantes en 2024, se estima que Disney activaría un flujo adicional de **1,2 a 1,5 millones de visitantes extranjeros** anuales, provenientes principalmente de EE. UU., Canadá, Latinoamérica y el Caribe. Este incremento fomentaría la demanda aérea, hotelera y de servicios complementarios.

3. Generación de ingresos privados y públicos

El parque podría generar **USD 750–800 millones anuales** en conceptos de entradas, alimentación, alojamiento y comercio interno. Además, influiría positivamente en otros sectores: **infraestructura, transporte, comercio local y cultura**, con la creación estimada de **más de 15,000 empleos directos e indirectos**.

4. Multiplicador económico y desarrollo regional

Paralelos como los parques en París (£50 mil millones en 20 años) y en Bedford (8.5 millones de visitantes), reflejan cómo estos proyectos generan un efecto multiplicador en las economías de regiones enteras. En República Dominicana, esto permitiría financiar infraestructura, mejorar servicios y dinamizar zonas alrededor del parque.

El país ya avanza hacia un modelo turístico más sostenible: en 2023, se implementaron políticas de cero plásticos, programas de certificación ESG y mejoras en infraestructura verde. Un parque Disney alineado con esta visión fortalecería todavía más la oferta turística sostenible del país.

Si bien la seguridad es un desafío real, la combinación de **zonas turísticas protegidas**, estándares internacionales de seguridad, vigilancia público-privada y protocolos Disney proporciona las garantías necesarias. Por tanto, la percepción y realidad de seguridad no se transformarían en un impedimento, sino en un factor que contribuiría a mejorar la imagen nacional.

Disney en RD llevaría a...

Un crecimiento significativo del PIB turístico, con una inyección adicional de **USD 2,000–3,000 millones anuales**.

Creación de miles de empleos nuevos en turismo, servicios, tecnología y cultura.

Fortalecimiento de la economía local y regional a través del gasto complementario.

Posicionamiento internacional reforzado como destino de entretenimiento familiar de escala mundial. Estímulo a prácticas sostenibles y dignificación de la marca país.

La introducción de un parque Disney en República Dominicana no es solo un proyecto de entretenimiento, sino una **apuesta estratégica a largo plazo**, que dispara el potencial turístico, económico y social del país. Este proyecto puede marcar un antes y un después en la diversificación del sector, consolidando a RD como líder regional y posicionando la isla no solo como un paraíso natural, sino también como un **hub global de entretenimiento y experiencia familiar**.

8. RESULTADOS Y ANALISIS DE LA INVESTIGACION

8.1 Instrumento de recolección de datos

Para esta investigación se diseñó y aplicó un cuestionario digital mediante la plataforma Google Forms, el cual estuvo disponible tanto en español como en inglés, con el objetivo de garantizar la participación de una muestra diversa y representativa. El formulario fue distribuido en línea a través de redes sociales, correos institucionales y contactos profesionales.

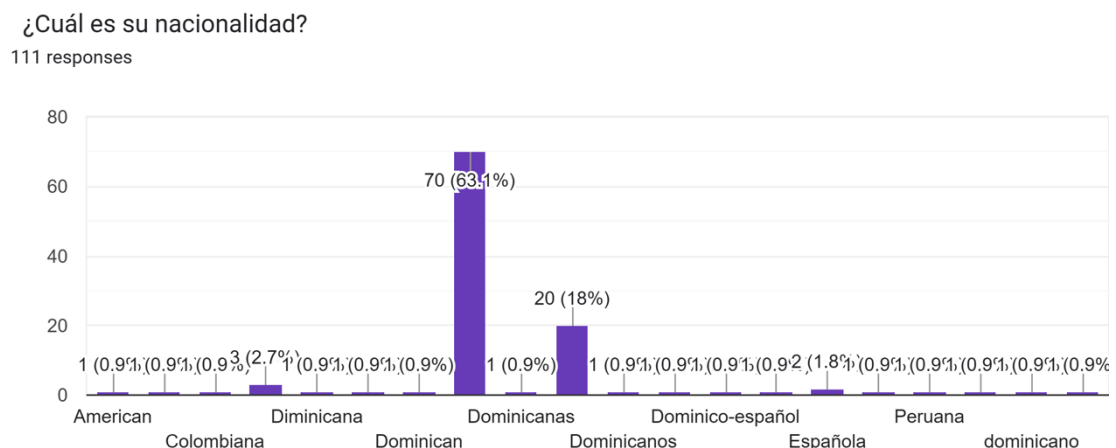
La encuesta fue aplicada a **residentes locales de República Dominicana**, así como a **turistas y ciudadanos de Estados Unidos, Perú, Panamá y Colombia**, lo cual permitió

obtener una perspectiva amplia y multicultural sobre la factibilidad y aceptación del proyecto Disney Caribe. Se estructuró con preguntas cerradas, de selección múltiple y una pregunta abierta al final para explorar opiniones cualitativas.

Los ítems estuvieron orientados a conocer la experiencia previa en parques temáticos, percepción sobre Punta Cana como destino turístico, disposición de visita a un parque de Disney en el Caribe, sostenibilidad, impacto económico y social, entre otros factores clave.

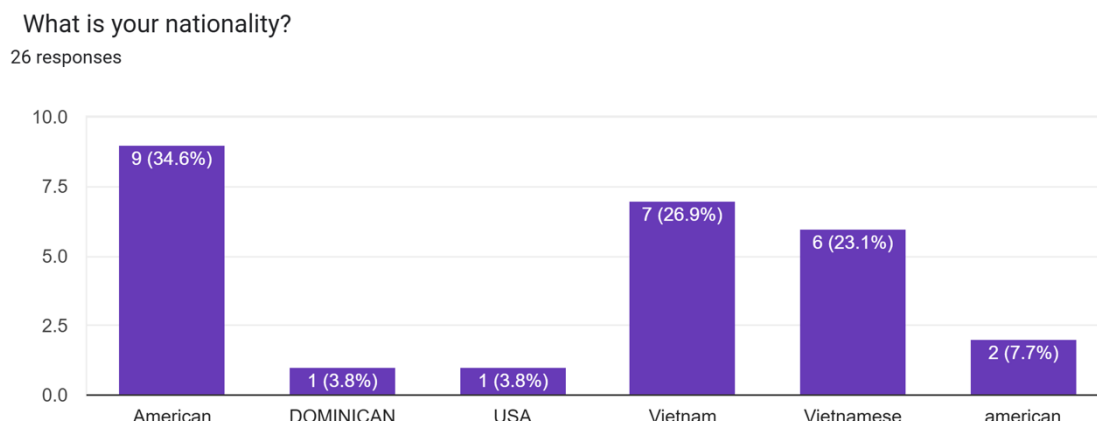
Los resultados obtenidos constituyen una fuente primaria fundamental para el análisis del estudio de factibilidad, aportando evidencia empírica directa desde la población potencialmente usuaria.

Ilustración 1. Nacionalidad de los encuestados (formulario en español)



Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado, 2025.

Ilustración 2. Nacionalidad de los encuestados (formulario en inglés)



Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado, 2025.

Análisis:

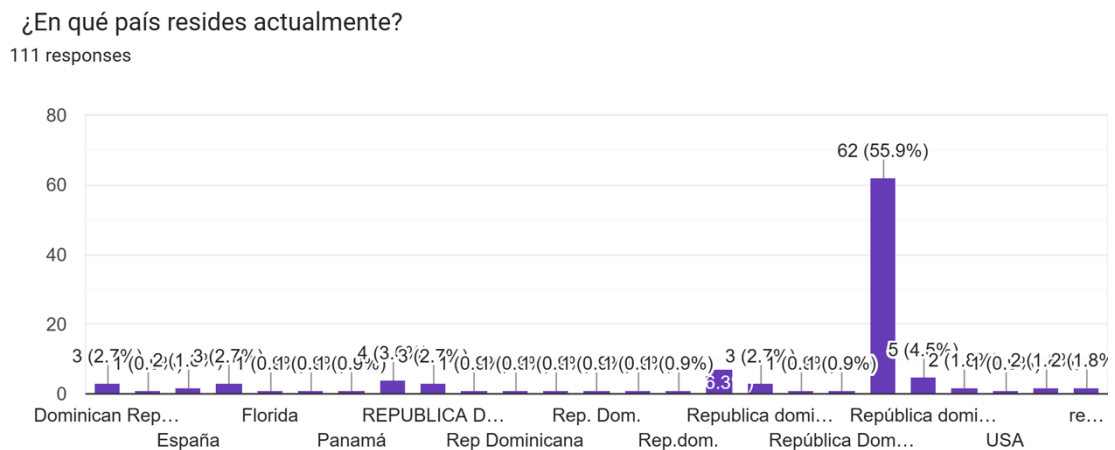
Los resultados reflejan una participación mayoritaria de dominicanos en el formulario en español, con un **80 % de las respuestas provenientes de personas que se identificaron como dominicanos**, aunque con variaciones en la escritura como “dominicano”, “dominicana”, “rd” o “R.D.”, lo que sugiere que el porcentaje real podría ser incluso mayor. De igual manera, el formulario en inglés registró un **60 % de participantes que se identificaron como estadounidenses**, aunque también se observaron respuestas variadas como “USA”, “American” o “U.S.”. Además, en ambos formularios se evidenció la participación de personas de múltiples nacionalidades,

incluyendo **Colombia, Panamá, Perú, España y Vietnam**, lo que demuestra un **alcance internacional significativo** del estudio. Esta diversidad geográfica valida el enfoque global de la investigación, orientado a conocer la percepción tanto del público local como del turismo extranjero potencial que visitaría el parque temático.

En conjunto, estos datos iniciales permiten confirmar la **relevancia estratégica de Punta Cana** como destino con alto atractivo internacional, y fortalecen el argumento de que

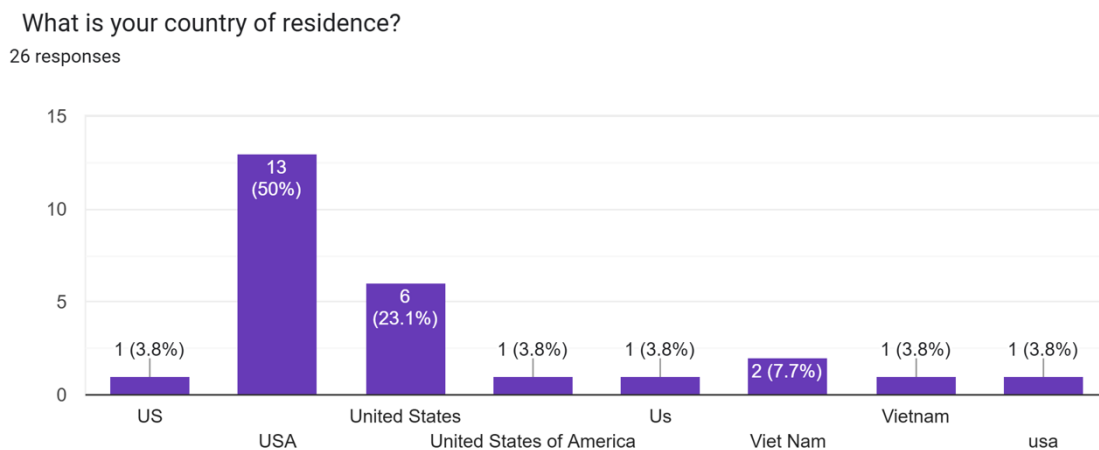
Disney Caribe tendría la capacidad de atraer a una audiencia diversa y **multicultural**, cumpliendo así con los principios de internacionalización y proyección global del proyecto.

Ilustración 3. País de residencia de los encuestados (Formulario en español)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de encuesta Disney Caribe, 2025.

Ilustración 4. País de residencia de los encuestados (Formulario en inglés)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de encuesta Disney Caribe, 2025

Análisis:

En el formulario en español, un **80 % de los encuestados afirmaron residir en la República Dominicana**, aunque las respuestas estuvieron divididas entre distintas formas de escribir el país, como “República Dominicana”, “RD”, “Rep Dom”, “dominicana”, etc., lo cual demuestra la necesidad de normalización de datos, pero mantiene la tendencia clara de predominancia nacional. El resto de los participantes señalaron residencias en países como **España, Estados Unidos, Panamá y Colombia**, lo que confirma la presencia de dominicanos en el exterior o de hispanohablantes interesados en el turismo caribeño.

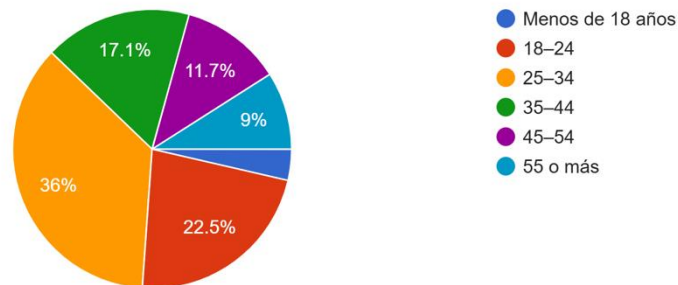
En la versión en inglés, **el 100 % de los encuestados reside en el extranjero**, siendo la **gran mayoría en Estados Unidos** y una **minoría representativa en Vietnam**. Esto destaca la participación clave de turistas internacionales en el estudio y refuerza la proyección del parque como una atracción de interés más allá del mercado local.

Estos hallazgos consolidan la importancia de diseñar estrategias comerciales **adaptadas a públicos tanto locales como internacionales**, y de considerar el alcance de la diáspora dominicana y del turismo intercontinental como una ventaja competitiva clave para la implementación del proyecto **Disney Caribe**.

Ilustración 5. Rango de edades de los encuestados (Formulario en español)

Rango de Edad

111 responses

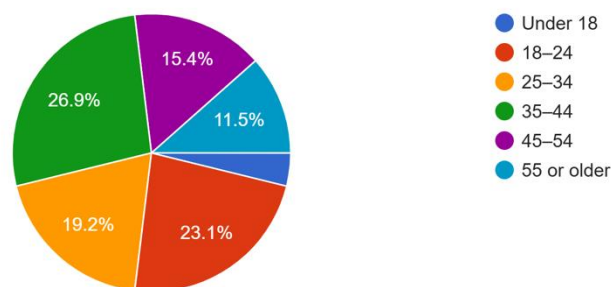


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de encuesta Disney Caribe, 2025.

Ilustración 6. Rango de edades de los encuestados (Formulario en inglés)

What is your age group?

26 responses



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de encuesta Disney Caribe, 2025

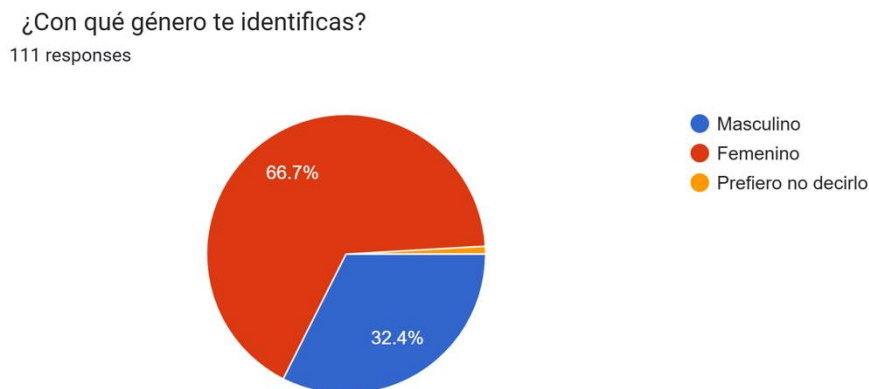
Análisis:

En el formulario en español, el grupo etario más representado fue el de **25 a 34 años**, con un **36 %** de los encuestados, seguido por el rango de **18 a 24 años** con un **22 %**, y **35 a 44 años** con un **17 %**. Los grupos de **45 a 54 años** y **55 o más** constituyeron el **11 %** y **9 %** respectivamente, mientras que los menores de 18 años representaron una **minoría muy reducida**.

Por su parte, en la encuesta en inglés, el grupo de **35 a 44 años** lideró con un **26 %**, seguido por **18 a 24 años** (23 %) y **25 a 34 años** (19 %). Los encuestados de **45 a 54 años** constituyeron el **15 %**, mientras que los de **55 o más** fueron el **11 %**. Aquellos con **menos de 18 años** apenas alcanzaron el **3 %** del total.

Estos resultados reflejan que la **población joven-adulta (18 a 44 años)** es la más interesada o dispuesta a participar en una iniciativa como Disney Caribe, representando un público clave en términos de consumo turístico, familiar y digital. Además, la presencia de adultos mayores evidencia oportunidades de crear experiencias multigeneracionales en el parque.

Ilustración 7. Distribución por sexo (versión en español)



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis:

Los resultados obtenidos reflejan que un **66 % de los encuestados se identifican como mujeres**, mientras que el **32 % se identifican como hombres**. Un pequeño porcentaje restante prefirió no revelar su género. Esta distribución sugiere una mayor participación femenina en el estudio, lo cual puede estar relacionado con un mayor interés de las mujeres en temas de planificación familiar, turismo o entretenimiento infantil.

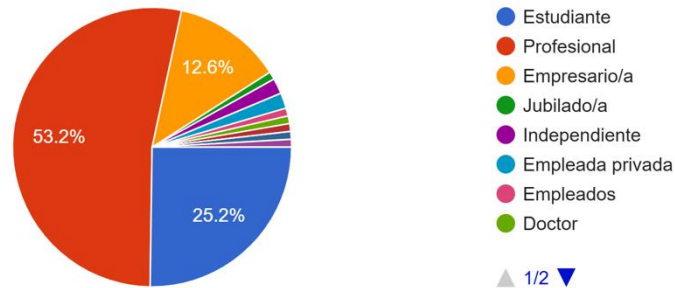
Nota

aclaratoria:

La versión del formulario en inglés no incluyó la pregunta sobre el sexo del encuestado, por lo cual esta variable solo fue analizada en el formulario aplicado en español.

Ilustración 8. Distribución por ocupación (versión en español)

ocupacion
111 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis:

En cuanto a la ocupación de los participantes, un **53 % se identificaron como profesionales en ejercicio**, lo que sugiere un perfil con capacidad adquisitiva media o alta y criterio de consumo establecido. El **25 % corresponde a estudiantes**, mientras que un **12 % se encuentra en el sector empresarial o emprendedor**. El porcentaje restante incluye empleados del sector privado, trabajadores independientes y otros, indicando una variedad representativa del panorama socioeconómico dominicano.

Nota

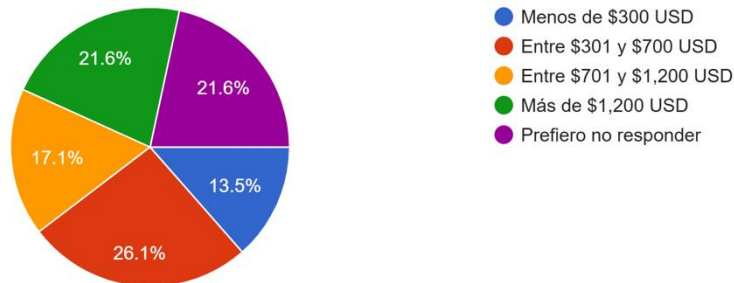
aclaratoria:

Al igual que en la pregunta anterior, la **pregunta sobre ocupación solo estuvo disponible en el formulario en español**, por lo cual este análisis se limita a los datos recopilados en dicha versión.

Ilustración 9. Ingreso mensual aproximado (versión en español)

¿Cuál es tu ingreso mensual aproximado

111 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis:

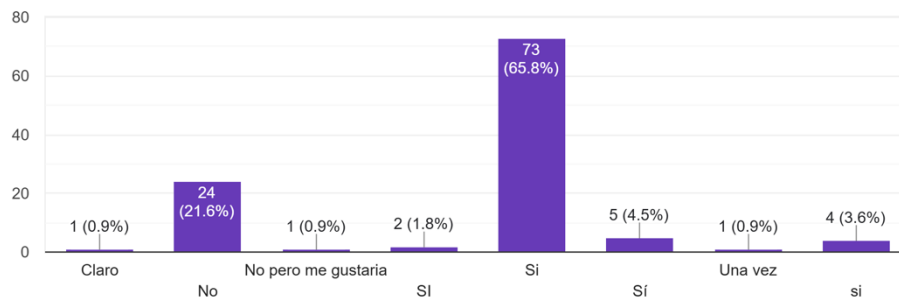
Los datos muestran que un **26 % de los encuestados reportan ingresos mensuales entre 300 y 700 dólares**, mientras que un **21.6 % afirma tener ingresos superiores a los 1,200 dólares mensuales**. Un **21 % prefirió no responder**, lo cual es comprensible dada la naturaleza sensible de esta información. Por otro lado, un **17 % indicó ingresos entre 700 y 1,200 dólares**, y un **13 % gana menos de 300 dólares al mes**.

Este indicador fue especialmente dirigido a los participantes locales (República Dominicana), con el propósito de analizar la **capacidad adquisitiva del mercado nacional** ante un proyecto de alto costo como lo sería Disney Caribe. Los resultados sugieren una **distribución amplia del ingreso**, donde existe una base considerable con ingresos medios, pero también una franja importante de población con limitaciones económicas, lo cual implicaría la necesidad de **estrategias de precios accesibles y ofertas diferenciadas** para garantizar la inclusión del mercado local en la experiencia del parque.

Ilustración 10. Visitas anteriores a punta cana (español):

¿Ha visitado punta cana anteriormente ?

111 responses

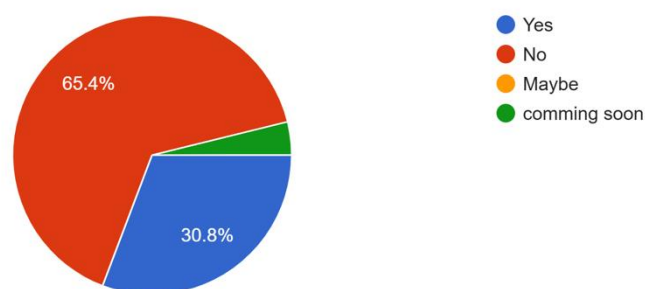


Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Ilustración 11. Visitas anteriores a punta cana (ingles)

Have you ever visited a Punta Cana before?

26 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis:

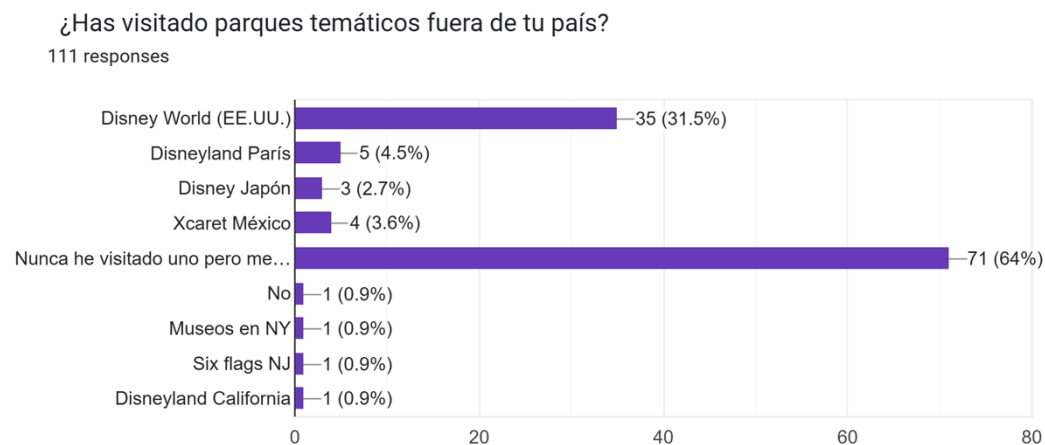
En la versión en español de la encuesta, un **80 % de los participantes afirmaron haber visitado Punta Cana al menos una vez**, distribuidos entre respuestas como “sí, una vez”, “sí, varias veces” y “sí, vivo allí”, lo que evidencia una **alta familiaridad del público local con el destino**. Solo un **21 % respondió que no ha visitado Punta Cana**, lo que podría deberse a factores económicos, logísticos o personales.

En contraste, la encuesta en inglés reflejó que un **65 % de los encuestados internacionales no ha visitado Punta Cana previamente**, mientras que un **30 % sí ha**

estado en la zona turística. Un pequeño porcentaje adicional mencionó que planea visitarla próximamente.

Estos resultados sugieren que, aunque el destino es altamente conocido y frecuentado por el público dominicano, aún existe **una gran oportunidad de atracción turística en mercados internacionales** que no han explorado la región. Este dato respalda la necesidad de **campañas de marketing internacional dirigidas especialmente a nuevos visitantes**, así como alianzas estratégicas con aerolíneas y agencias de viajes para incentivar el turismo hacia Punta Cana como destino clave del Caribe.

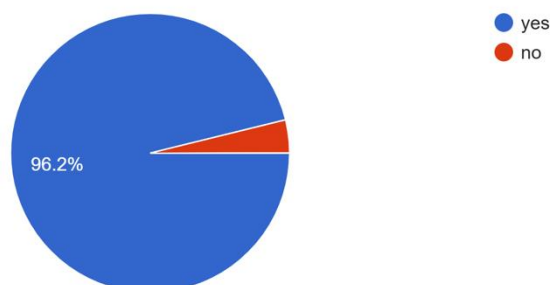
Ilustración 12. Visitas anteriores a parques temáticos internacionales



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Ilustración 13. Visitas anteriores a parques temáticos internacionales

Have you ever visited a Disney park before?
26 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis:

Las respuestas muestran una **brecha significativa entre el público local y el internacional respecto a la experiencia previa en parques temáticos internacionales**, especialmente de la marca Disney.

En la encuesta en español, un **64 % de los encuestados afirmaron no haber visitado nunca un parque fuera de la República Dominicana**, lo que indica una **baja exposición directa a este tipo de experiencias turísticas**. Sin embargo, un **35 % indicó haber visitado al menos un parque Disney en el extranjero, especialmente Disney World en Florida**. Un pequeño porcentaje reportó experiencias en otros parques, como Disneyland París, Xcaret en México, Disney Japón, museos en Nueva York, Six Flags en Nueva Jersey y Disney California, reflejando un **nivel limitado pero diversificado de contacto con el turismo temático internacional**.

En contraste, la versión en inglés arrojó que un **96 % de los encuestados internacionales ya ha visitado un parque Disney previamente**, lo cual evidencia un **mayor nivel de familiaridad y expectativa con la experiencia Disney**. Solo un 3 % manifestó no haber tenido contacto con la marca a través de parques temáticos físicos.

Estos resultados resaltan una diferencia clave en los niveles de exposición cultural y turística entre ambos públicos. Para el público local, **Disney Caribe representaría una oportunidad de primer contacto con la experiencia Disney sin necesidad de viajar al**

extranjero, mientras que, para los turistas internacionales, **el proyecto debe ofrecer un estándar de calidad comparable al de sus parques en Estados Unidos, Europa y Asia, pero con un valor añadido caribeño.**

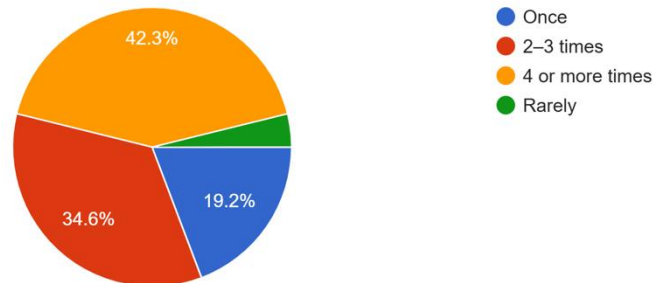
Ilustración 14. Frecuencia de viajes por ocio y turismo (versión en español)



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Ilustración 15. Frecuencia de viajes por ocio y turismo (versión en inglés)

How often do you travel for leisure per year?
26 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis:

En la versión en español, los resultados muestran que el 28 % de los encuestados realiza viajes de ocio o turismo **una vez al año**, mientras que un 27.9 % indica hacerlo **varias veces al año**. Otro 27 % expresó que viaja **ocasionalmente**, mientras que un 16.2 % dice que **casi nunca viaja**. Estos datos sugieren una tendencia moderada al turismo recurrente entre los participantes hispanohablantes, con una distribución bastante equilibrada entre los diferentes niveles de frecuencia.

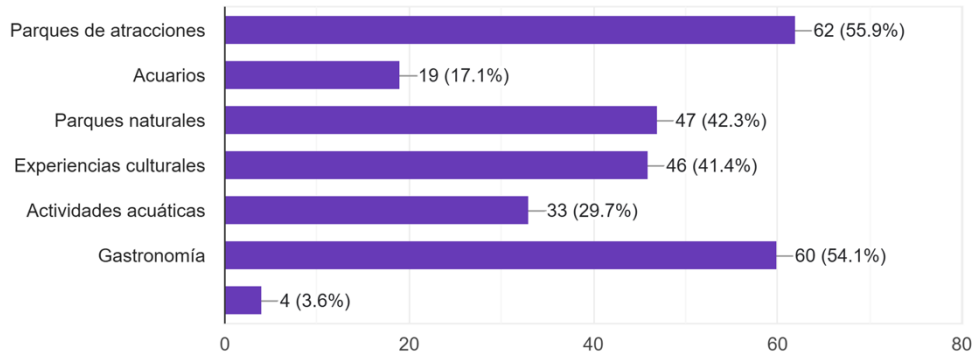
Por otro lado, en la versión en inglés, se observa un comportamiento turístico mucho más activo: el **42 % de los encuestados** indicó que viaja hasta **cuatro o más veces al año**, seguido de un **34 % que viaja de 2 a 3 veces** anualmente. Solo un **19 % lo hace una vez al año** y un **3.8 %** expresó que no viaja o lo hace muy rara vez. Esto sugiere una mayor movilidad turística en la muestra angloparlante, mayoritariamente estadounidense.

En conjunto, los datos evidencian una diferencia relevante en los hábitos de viaje entre los públicos locales y extranjeros. Mientras que los encuestados internacionales muestran una frecuencia significativamente más alta en sus desplazamientos turísticos, el público hispanohablante, en su mayoría dominicano, presenta una frecuencia de viaje más limitada, lo cual es clave para segmentar estrategias de precios, accesibilidad y paquetes promocionales en el contexto de Disney Caribe.

Ilustración 16. Tipos de atracciones preferidas por los encuestados (versión en español)

¿Qué tipo de atracciones disfrutas más al viajar?

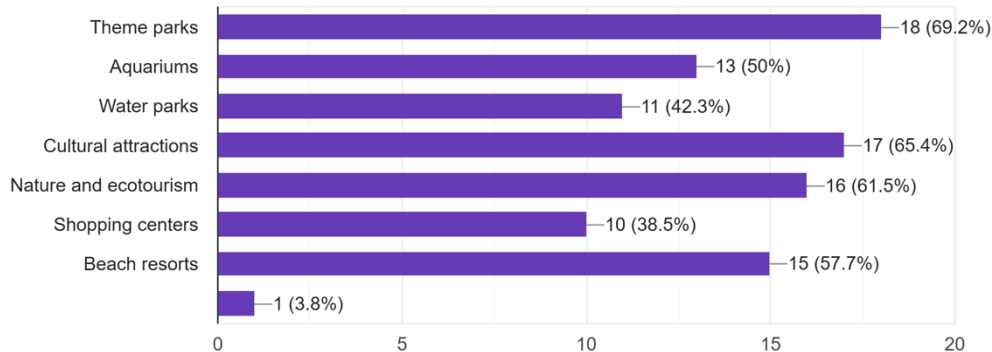
111 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Ilustración 17. Tipos de atracciones preferidas por los encuestados (versión en inglés)

What type of entertainment do you prefer when traveling? (You may select more than one)
26 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis:

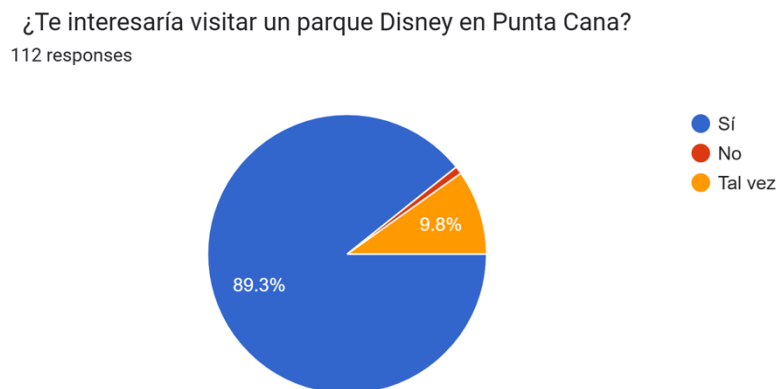
En cuanto a las preferencias de atracciones al viajar, la versión en español indica que los encuestados muestran un marcado interés por los **parques de atracciones (55.9 %)** y la **gastronomía local (54 %)**, seguidos por los **parques naturales (42.3 %)**, **experiencias culturales (41.4 %)**, **actividades acuáticas (29 %)** y los **acuarios (17.1 %)**. Esta distribución sugiere un equilibrio entre entretenimiento temático y turismo de naturaleza y cultura, lo cual favorece una propuesta híbrida como la que plantea Disney Caribe.

En la encuesta en inglés, los resultados refuerzan aún más la relevancia de los **parques temáticos (69.2 %)**, pero también destacan las **atracciones culturales (65 %)**, el **ecoturismo (61 %)**, los **resorts de playa (57 %)**, los **acuarios (50 %)**, los **parques acuáticos (42 %)** y, en menor medida, los **espacios de compras y comida (38 %)**. Este perfil revela una clara inclinación hacia propuestas integrales que combinen entretenimiento con cultura, naturaleza y descanso.

La coincidencia en ambas muestras en cuanto al interés por parques temáticos y experiencias culturales valida la pertinencia del concepto “Disney Caribe”, al ofrecer un enfoque multidimensional que abarca atracciones tecnológicas, inmersivas, naturales y culturales. Estos datos son clave para definir la distribución temática del parque, los

paquetes promocionales y las alianzas estratégicas con el sector hotelero y gastronómico de la región.

Ilustración 18. ¿Le interesaría visitar un parque Disney en Punta Cana? (Versión en español)

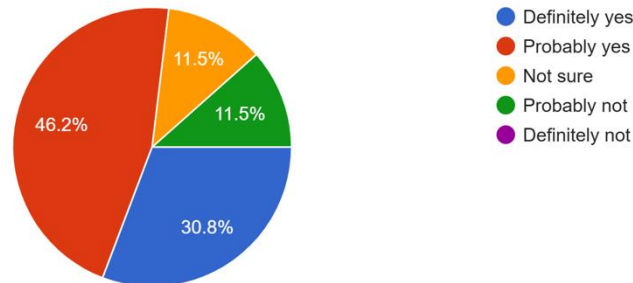


Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Ilustración 19. ¿Le interesaría visitar un parque Disney en Punta Cana? (Versión en inglés)

Would you consider visiting a Disney theme park in Punta Cana?

26 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis:

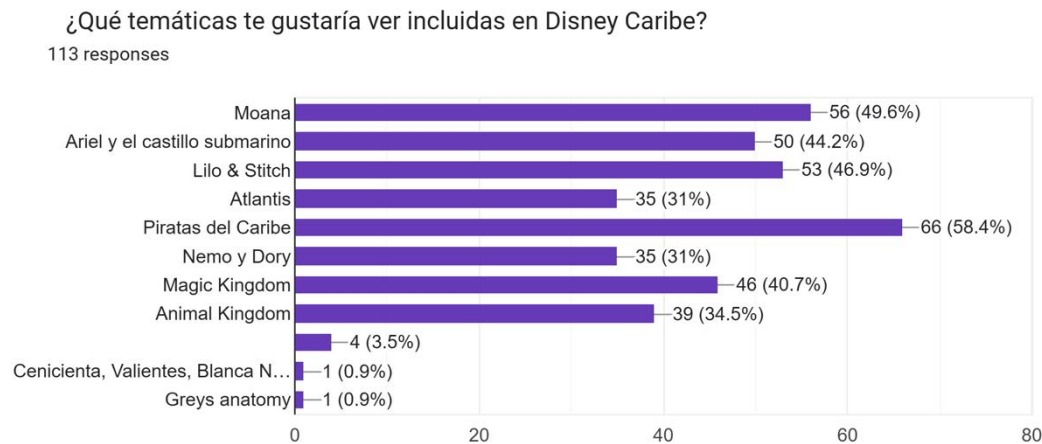
Esta pregunta permite identificar el **nivel de interés y disposición real del público** hacia la propuesta de Disney Caribe. En la encuesta en español, los resultados son contundentes: un **89.3 % respondió afirmativamente de forma definitiva**, lo que denota un fuerte respaldo e interés por parte del público hispanohablante, mayormente dominicano. Solo un **9.8 % se mostró indeciso** y un mínimo **0.5 % expresó no estar interesado**, lo que refuerza la hipótesis de que existe una alta demanda local potencial para un parque de estas características.

En cambio, la encuesta en inglés refleja un mayor grado de análisis o prudencia en las respuestas. Un **46.2 % indicó que probablemente sí visitaría el parque**, seguido de un **30.8 % que afirmó un “sí” definitivo**, mientras que un **11.5 % no estaba seguro** y otro **11.5 % respondió probablemente no**. Esta distribución sugiere que, si bien el interés es alto, aún existe un segmento que necesita más información o convencimiento sobre la propuesta.

Estas diferencias pueden deberse a variables como la distancia geográfica, el acceso a información, la familiaridad con República Dominicana o la experiencia previa con destinos del Caribe. Sin embargo, en conjunto, los resultados respaldan la **viabilidad comercial** del proyecto, al mostrar una **demanda potencial significativa en ambos mercados**. Esto justifica el diseño de estrategias de comunicación diferenciadas por

región, así como la inclusión de ofertas promocionales que incrementen la certeza de visita en el público internacional.

Ilustración 20. Preferencias temáticas para Disney Caribe (Encuesta en español)



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis

combinado:

Los resultados de la encuesta en español, en la que los encuestados podían seleccionar múltiples opciones, revelan un interés marcado por temáticas acuáticas y caribeñas. Piratas del Caribe fue la opción más votada, con un 58 % de preferencia, seguida de Moana (49 %), Lilo & Stitch (46 %) y Ariel y el castillo del Rey Tritón (44.2 %). También destacaron Magic Kingdom (40 %), Animal Kingdom (34 %), Buscando a Nemo y Doris (31 %) y Atlantis (31 %).

En el formulario en inglés, los participantes respondieron de forma abierta y espontánea no generó representación gráfica, pero las respuestas coincidieron ampliamente con las opciones seleccionadas por los hispanohablantes. Se mencionaron ideas como:

- Un parque inspirado en The Little Mermaid, destacando la temática marina.
- Un castillo acuático o zona basada en Ariel.
- Atracciones de Moana, por su fuerte identidad isleña y conexión con la cultura del océano.
- Un parque de Buscando a Nemo con elementos interactivos y educativos.

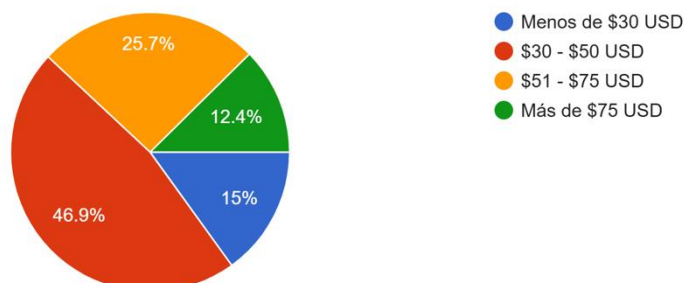
- Un área dedicada a Piratas del Caribe, como símbolo de aventura y exploración marítima.
- Propuestas que resaltan la identidad cultural dominicana, como representaciones del folklore o elementos de la diáspora dominicana en el exterior.
- Ideas innovadoras como un aqua show nocturno en lugar de fuegos artificiales, para adaptarse al entorno natural de Punta Cana.
- Accesibilidad inclusiva con propuestas como “entrada gratuita para niños en el Día del Niño”.

Este cruce de datos demuestra una fuerte afinidad por temáticas acuáticas, culturales y familiares, lo cual valida el enfoque conceptual del parque Disney Caribe. Además, destaca la importancia de integrar elementos diferenciadores que conecten con el entorno local y regional, elevando la experiencia más allá de la fórmula tradicional de Disney

Ilustración 21. Disposición a pagar por entrada a Disney Caribe (Encuesta en español)

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por una entrada general?

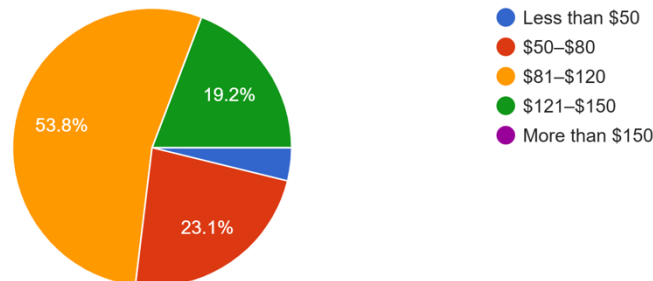
113 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Ilustración 22. Disposición a pagar por entrada a Disney Caribe (Encuesta en inglés)

What is the maximum amount (USD) you would pay for a full-day Disney park ticket in the Caribbean?
26 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis:

Los resultados reflejan diferencias claras entre los públicos locales e internacionales en cuanto a la disposición económica para adquirir una entrada a Disney Caribe.

En la encuesta en español, un 46 % de los encuestados indicó que estaría dispuesto a pagar entre **30 a 50 dólares**, seguido de un 25 % que aceptaría un precio de **51 a 75 dólares**. Un 15 % preferiría pagar **menos de 30 dólares**, mientras que un 12 % consideró aceptable un precio entre **76 a 100 dólares**. Esto sugiere una **sensibilidad al precio** en el mercado local, lo que implica la necesidad de una estrategia tarifaria flexible o con precios diferenciados para nacionales.

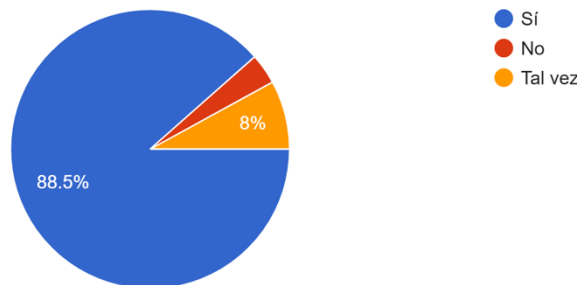
Por su parte, en la encuesta en inglés, un 53 % expresó su disposición a pagar entre **81 y 120 dólares**, un 23 % entre **50 a 80 dólares**, y un 19 % entre **121 y 150 dólares**, mientras que solo un 3 % consideró pagar **menos de 50 dólares**. Estos datos indican que el público internacional —especialmente el estadounidense— muestra una **mayor disposición a invertir** en experiencias de entretenimiento de alto nivel, como lo sería Disney Caribe.

En conjunto, el análisis sugiere que una estrategia de precios escalonados por residencia o paquetes promocionales por temporada podría maximizar tanto el acceso local como la rentabilidad general del parque.

Ilustración 23. Interés en paquete combinado parque + hotel (Encuesta en español)

¿Te interesaría un paquete que incluya entrada al parque + hospedaje en un hotel temático?

113 responses

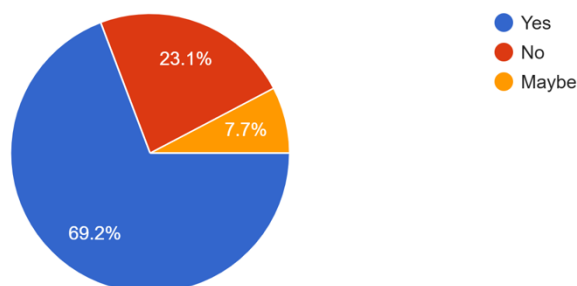


Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Ilustración 24. Interés en paquete combinado parque + hotel (Encuesta en inglés)

Would you be interested in purchasing a full experience package (park + hotel + food)?

26 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis:

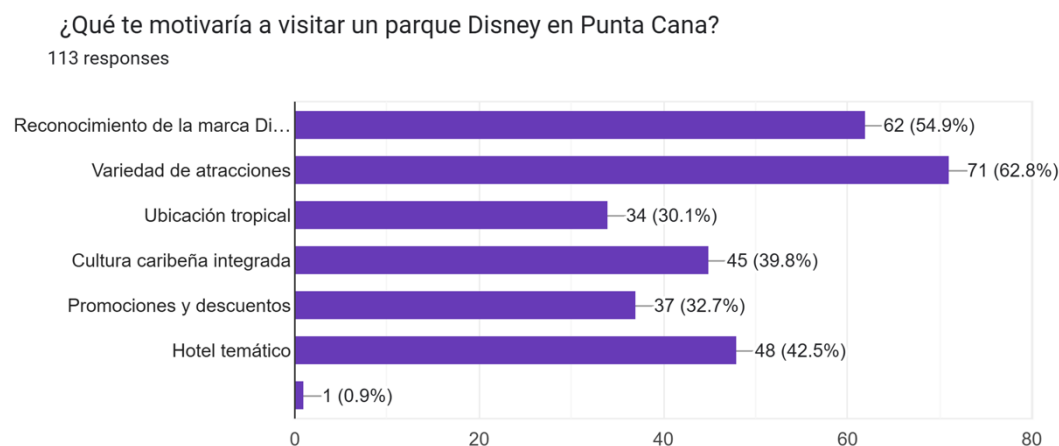
La propuesta de incluir un paquete turístico que combine entrada al parque y hospedaje en un hotel temático fue **ampliamente aceptada** por ambos públicos encuestados, aunque con diferencias en los niveles de entusiasmo.

En la encuesta en español, un **88.5 %** manifestó interés claro por este tipo de paquete, mientras que un **8 %** respondió “tal vez” y un **3 %** indicó que no le interesaría. Esto sugiere una **alta receptividad por parte del mercado local**, posiblemente por la percepción de mayor valor o conveniencia en este tipo de ofertas integradas.

En la encuesta en inglés, el **69.2 %** respondió afirmativamente, lo cual también representa una mayoría considerable, aunque menor que la del público hispanohablante. Un **23.1 %** expresó desinterés, y un **7 %** se mostró indeciso. Esta diferencia puede deberse a que los turistas internacionales suelen tener preferencias más diversificadas en cuanto a hospedaje, o bien ya tienen hoteles de preferencia por cadenas conocidas.

Estos resultados sugieren que una estrategia basada en **paquetes temáticos integrados**, especialmente dirigidos al turismo nacional y regional, podría ser un elemento clave en la **propuesta de valor de Disney Caribe**, aportando comodidad, experiencia inmersiva y beneficios económicos al consumidor.

Ilustración 24. Motivaciones para visitar un parque Disney en Punta Cana (Encuesta en español)

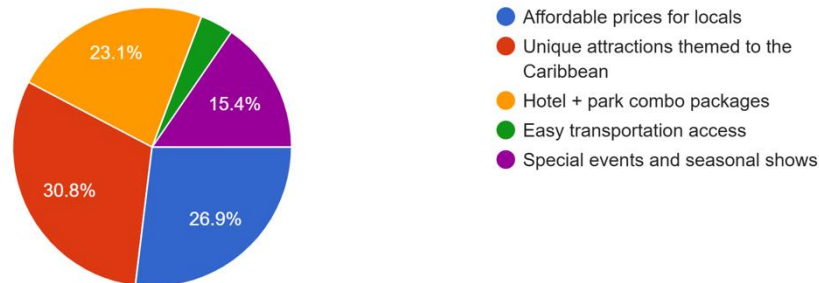


Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Ilustración 25. Motivaciones para visitar un parque Disney en Punta Cana (Encuesta en inglés)

What would make you more likely to visit the Disney Caribbean park?

26 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis:

Las respuestas obtenidas reflejan **diferencias culturales y de expectativas** entre los públicos hispanohablantes e internacionales respecto a lo que los motivaría a visitar un parque temático Disney en Punta Cana. En la encuesta en español, se permitió seleccionar múltiples motivaciones, lo que revela una perspectiva **más integral**. Las principales razones para visitar el parque incluyen:

Variedad de atracciones (62.8 %)

Reconocimiento de la marca Disney (54.9 %)

Hoteles temáticos (42 %)

Integración de la cultura caribeña (39.8 %)

Promociones y descuentos (32.7 %)

Ubicación tropical (30.1 %)

Esto indica que el público local valora una **experiencia completa**, que combine entretenimiento de calidad, identidad regional, y beneficios económicos. La familiaridad con la marca Disney también influye fuertemente en la intención de visita. En la versión en inglés, los participantes debían elegir una sola opción, lo que permite observar sus **prioridades individuales**. Destacan como principales motivadores:

Atracciones únicas con temática caribeña (30.8 %)

Precios accesibles para locales (26.9 %)

Combos de parque + hotel (23.1 %)

Eventos especiales y shows (15.4 %)

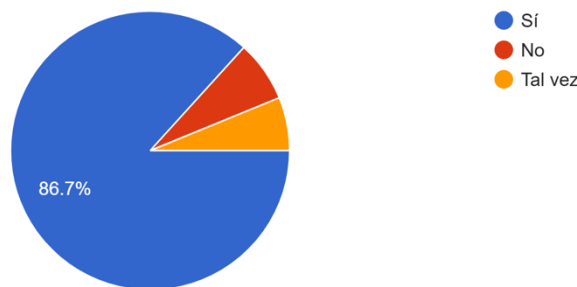
Facilidad de transporte (3.8 %)

Esto sugiere que el público internacional, especialmente estadounidense, prioriza la **diferenciación temática**, el **valor económico percibido**, y la **comodidad logística** como factores clave para considerar su visita. En conjunto, ambos grupos destacan la importancia de una experiencia distintiva, accesible y bien adaptada a la cultura caribeña, validando así el concepto original de "**Disney Caribe**" como una propuesta innovadora dentro del portafolio global de la marca.

Ilustración 26. Interés en zona cultural dominicana dentro del parque (Encuesta en español)

¿Te gustaría que el parque tenga una zona cultural dominicana con música, danza y gastronomía típica?

113 responses

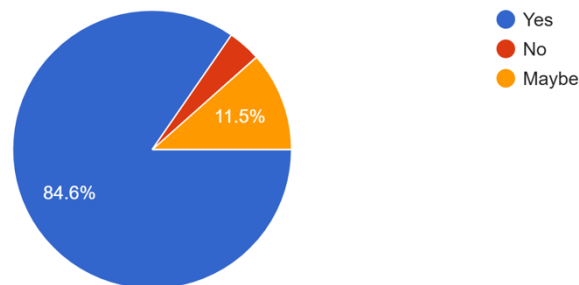


Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Ilustración 27 Interés en zona cultural dominicana dentro del parque (Encuesta en inglés)

Would you like the park to include a Dominican cultural zone with music, dance, and traditional cuisine?

26 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis:

La inclusión de una zona dedicada a la cultura dominicana dentro del parque temático fue **ampliamente respaldada** por los encuestados tanto en español como en inglés, lo cual refuerza la viabilidad de integrar elementos identitarios nacionales en la experiencia del parque.

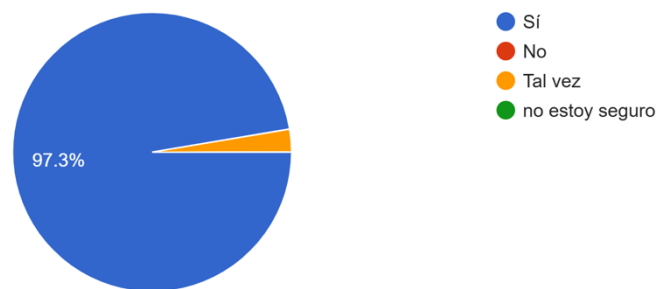
En la encuesta en español, un **86.7 %** respondió de forma afirmativa y definitiva, mientras que solo un **6 %** expresó incertidumbre y un **7.1 %** se mostró en desacuerdo. Esta tendencia demuestra que el público local no solo **aceptaría**, sino que **valora activamente** la representación cultural dentro de un entorno de entretenimiento internacional.

En la versión en inglés, los resultados fueron muy similares: un **84.6 %** mostró total interés en la propuesta, un **11.5 %** dijo “quizás” y solo un **3.8 %** se mostró en desacuerdo. Esto refleja que, incluso para el público extranjero, **la autenticidad cultural dominicana representa un atractivo adicional**, alineado con las actuales tendencias globales de turismo experiencial y sostenible.

La alta aprobación en ambos grupos valida la propuesta de incluir una **zona cultural dominicana** con música en vivo, danzas típicas y gastronomía autóctona, no solo como un valor agregado, sino como una **pieza central del concepto "Disney Caribe"**, que busca armonizar el universo Disney con el patrimonio caribeño.

Ilustración 28. Opinión sobre generación de empleo por parte de Disney Caribe
(Encuesta en español)

¿Consideras que un parque como Disney Caribe generaría más empleo en la región?
113 responses

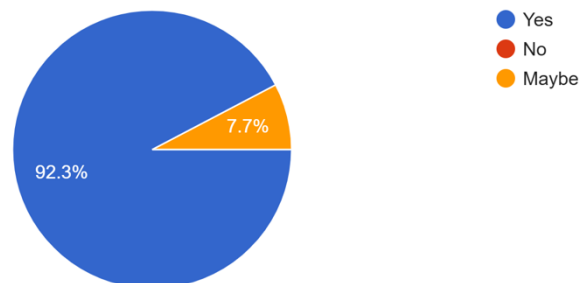


Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Ilustración 29. Opinión sobre generación de empleo por parte de Disney Caribe
(Encuesta en español)

Do you believe that a park like Disney Caribbean would generate more employment opportunities in the region?

26 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis:

Los resultados muestran un **consenso abrumador** respecto al impacto positivo que tendría Disney Caribe en la generación de empleo en la región Este del país. En la encuesta en español, un **97.3 %** de los participantes respondió de forma afirmativa y definitiva, mientras que solo un **2.7 %** expresó incertidumbre. Este dato refleja una **fuerte percepción de beneficio económico y laboral** entre los encuestados locales.

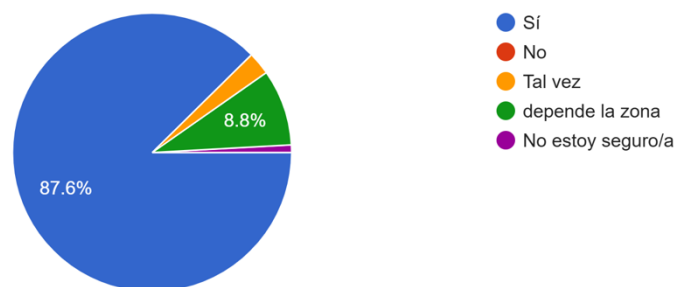
En la encuesta en inglés, un **92.3 %** también afirmó que sí, mientras que un **7.7 %** consideró que “tal vez” generaría empleo. Aunque el porcentaje es ligeramente inferior al de la encuesta en español, la tendencia sigue siendo muy positiva.

Este resultado valida uno de los pilares fundamentales del proyecto: su **potencial para dinamizar el empleo formal**, tanto directo (operadores, personal técnico, seguridad, atención al cliente) como indirecto (turismo, transporte, comercio, etc.). Además, al tratarse de un parque de gran escala respaldado por una marca internacional, se espera un **efecto multiplicador en la economía regional** mediante cadenas de suministro y subcontratación.

En este sentido, la percepción del empleo como beneficio directo constituye una **fuerte ventaja social y política** que refuerza la legitimidad del proyecto ante las autoridades y la comunidad local.

Ilustración 30. Percepción de seguridad para visitar un parque temático en familia en RD (Encuesta en español)

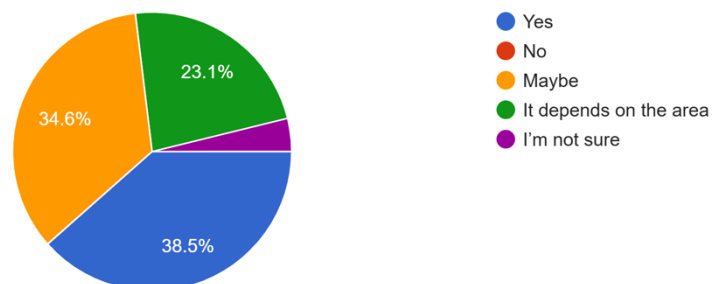
¿Consideras que Punta Cana y República Dominicana son destinos seguros para visitar un parque temático en familia?
113 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Ilustración 31. Percepción de seguridad para visitar un parque temático en familia en RD (Encuesta en inglés)

Do you consider Punta Cana and the Dominican Republic safe destinations to visit a family theme park?
26 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis:

Los resultados evidencian diferencias marcadas entre la percepción de seguridad de los encuestados locales frente a los internacionales. En la encuesta en español, un **87.6 %** consideró que la República Dominicana y Punta Cana son destinos **seguros para visitar en familia**, mientras que un **8.8 %** respondió que la seguridad depende de la zona, y un **3 %** se mostró indeciso o inseguro. Esta percepción refleja una **confianza alta** por parte de los residentes o hispanohablantes, probablemente influenciada por su conocimiento del contexto local.

En contraste, en la encuesta en inglés solo un **38.5 %** indicó que consideran Punta Cana un destino definitivamente seguro, mientras que un **34.6 %** respondió “quizás”, un **23.1 %** dijo que depende de la zona, y un **3.8 %** no está seguro. Estos datos muestran una **percepción de inseguridad o incertidumbre** más elevada entre los encuestados internacionales.

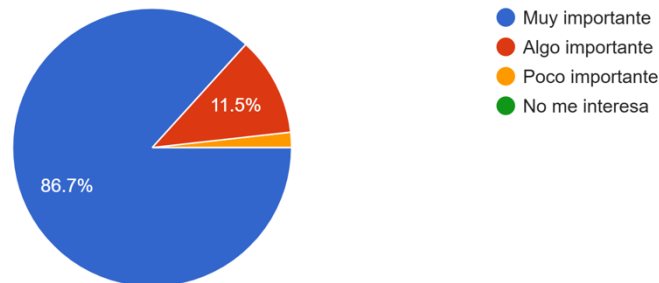
Este contraste sugiere que, para el éxito del proyecto, es clave fortalecer **la estrategia de comunicación internacional en torno a la seguridad** y establecer **medidas visibles de protección** dentro y fuera del parque. Esto incluye reforzar el rol del **CESTUR**, mejorar la señalización de rutas turísticas seguras y promover campañas institucionales que resalten la seguridad de Punta Cana como destino familiar.

La seguridad percibida es un factor determinante en la decisión de viaje, especialmente cuando se trata de turismo familiar, por lo que se debe integrar como eje transversal en el diseño, operación y promoción del parque.

Ilustración 32. Importancia de las prácticas sostenibles en un parque temático (Encuesta en español)

¿Qué tan importante es para ti que el parque tenga prácticas sostenibles (uso de energía limpia, reciclaje, educación ambiental)?

113 responses

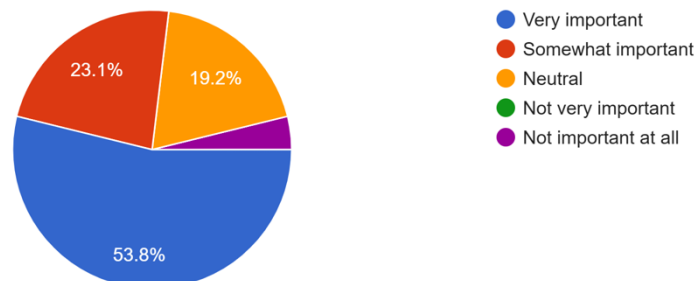


Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Ilustración 33. Importancia de las prácticas sostenibles en un parque temático (Encuesta en inglés)

How important is it for you that a theme park implements eco-friendly practices (such as solar energy, recycling, etc.)?

26 responses



Fuente: Elaboración propia a partir del formulario de investigación (2025)

Análisis:

Los resultados obtenidos reflejan un amplio reconocimiento por parte de los encuestados hacia la **relevancia de las prácticas sostenibles** en un parque temático como Disney Caribe. En la encuesta en español, un **86.7 %** de los participantes indicó que considera **muy importante** la incorporación de medidas como el **uso de energía limpia, reciclaje y educación ambiental** dentro del parque. Un **11 %** lo consideró **algo importante**, y apenas un **1.8 %** lo calificó como **poco importante**.

En la encuesta en inglés, aunque también se evidencia una valoración positiva, el nivel de prioridad otorgado es más diverso. Un **53.8 %** señaló que las prácticas sostenibles son **muy importantes**, mientras que un **23.1 %** dijo que son **algo importantes**. Un **19.2 %** se posicionó de manera **neutral**, y un **3.8 %** consideró que **no son importantes**.

Este contraste revela que, aunque la **sostenibilidad es valorada globalmente**, existe una **mayor conciencia ecológica entre el público local o hispanohablante**, posiblemente por el impacto directo que tendría el parque en su entorno inmediato. Por ello, la **implementación de políticas ambientales visibles y efectivas** no solo contribuirá a la aceptación social del proyecto, sino que también puede convertirse en un **elemento diferenciador de marca** frente a la competencia.

En este sentido, resulta fundamental integrar **infraestructuras verdes**, programas de **educación ambiental para visitantes y escuelas locales**, así como reportes periódicos de sostenibilidad que refuercen el compromiso del parque con el medioambiente y la comunidad.

8.2 Impacto económico percibido de Disney Caribe en la República Dominicana (Pregunta abierta)

A través de una pregunta abierta dirigida al público local, se buscó explorar la percepción ciudadana sobre el impacto económico que podría tener la instalación de un parque temático Disney Caribe en la República Dominicana. Las respuestas revelan una perspectiva **mayoritariamente positiva y optimista**, con reflexiones que van desde el fortalecimiento del turismo hasta transformaciones estructurales en la economía nacional.

Entre los comentarios más destacados se identifican expresiones como:

“Tendría un impacto económico profundo y multifacético.”

“Un impacto trascendente, ya que es una idea amplificada que puede aportar al desarrollo del turismo ecológico.”

“Un parque Disney en RD podría transformar el país en un hub turístico global, con beneficios económicos enormes, generación de empleo y estímulo al emprendimiento.”

“Muchos que no pueden obtener visa americana podrán acceder fácilmente a esta experiencia sin salir del Caribe.”

Otras respuestas subrayan los **efectos positivos en la generación de empleo**, el aumento del turismo internacional, la inversión extranjera y la diversificación económica. Asimismo, varias opiniones reflejan una **conciencia crítica sobre la necesidad de preservar el medio ambiente**, establecer **acuerdos institucionales sólidos** y garantizar una **planificación estratégica integral**:

“El impacto dependería de los acuerdos institucionales, ubicación estratégica, inversión comprometida, evaluación ambiental y gestión estructural del proyecto.”

“Excelente iniciativa, pero deberían considerar la conservación de espacios naturales, así como otras amenazas como el uso de materiales contaminantes.”

Este conjunto de percepciones refuerza la hipótesis central de este estudio: **la factibilidad y el éxito del proyecto dependerán de su capacidad para integrar sostenibilidad, planificación estratégica y colaboración multilateral**. Además, pone en evidencia un **nivel elevado de expectativas** por parte de la población, lo que representa tanto una oportunidad como un compromiso para las partes involucradas.

Ilustración 34. Análisis cualitativo de percepciones sobre el impacto económico de un parque Disney Caribe en República Dominicana

Categoría de Respuesta	Ejemplos de Respuestas Representativas	Interpretación del Análisis
Impacto económico positivo directo	“Un impacto positivo para las finanzas y el desarrollo de nuestro país.” “Tendría un impacto económico profundo y multifacético.”	Los encuestados reconocen el potencial del parque para aumentar el turismo, generar empleos e impulsar el desarrollo económico nacional.
Desarrollo del turismo sostenible	“Una atracción que puede aportar al desarrollo del turismo ecológico.” “Debería conservar los espacios naturales y proteger la fauna y flora.”	Existe una conciencia ambiental entre los participantes, quienes valoran la integración del parque dentro de un modelo turístico sostenible.

Oportunidad para quienes no viajan al exterior	“Aquella persona que no pueda acceder a una visa americana podrá visitar este Disney sin problema.”	Se aprecia el proyecto como una alternativa accesible y atractiva para familias que no pueden viajar a parques Disney en EE. UU.
Generación de empleo	“Puede ser una buena iniciativa para muchos puestos de trabajo.” “Generaría miles de empleos directos e indirectos.”	La creación de empleo es una de las expectativas más repetidas, destacando su importancia para el bienestar socioeconómico.
Estímulo a la inversión y diversificación económica	“Atraería inversión extranjera, impulsaría infraestructura y diversificaría la economía.”	Se reconoce que el parque puede contribuir a una economía menos dependiente del turismo de playa, abriendo nuevos sectores y oportunidades.
Preocupación ambiental y social	“Debe observarse que esto no afecte indirectamente nuestra flora y fauna.” “Tomar en cuenta otros materiales como el foam.”	Aunque el tono general es optimista, algunas respuestas llaman a considerar los impactos negativos si no se gestionan bien los temas ambientales y sociales.
Condiciones para la viabilidad del proyecto	“El impacto dependería de los acuerdos institucionales, ubicación estratégica, inversión comprometida, evaluación ambiental y gestión estructural del proyecto.”	Algunos encuestados comprenden que el éxito del parque no es automático, y depende de una planificación sólida e institucionalmente respaldada.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recolectados en la encuesta (2025).

9. CONCLUSIONES

El presente estudio ha permitido establecer la viabilidad de implementar un parque temático de la magnitud de Disney Caribe en la región de Punta Cana, República Dominicana. A partir de una metodología cualitativa, exploratoria y documental, se abordaron los principales factores que influyen en la conceptualización, desarrollo, operación y sostenibilidad de este tipo de proyectos, considerando tanto el contexto nacional como las experiencias internacionales.

El análisis de mercado reveló una demanda turística robusta y en crecimiento, con más de seis millones de visitantes registrados en los primeros seis meses del año 2025, así

como una limitada competencia directa en el ámbito del entretenimiento temático de alto nivel. Este entorno genera condiciones altamente favorables para la instalación de un complejo como Disney Caribe, que combinaría la fuerza de una marca global con una propuesta de valor adaptada a la identidad caribeña.

Desde el punto de vista del diseño y la comercialización, se propuso una experiencia sensorial, inclusiva y culturalmente integrada, con atracciones temáticas, zonas hoteleras, infraestructura verde y conectividad multimodal, articuladas bajo un enfoque estratégico de las 4P del marketing. Se incorporaron criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica, mediante el uso de energías limpias, arquitectura de bajo impacto, programas de educación ecológica y acciones de responsabilidad social empresarial.

La proyección económica estimó ingresos superiores a los USD 400 millones anuales, un impacto positivo en el PIB del país y la generación de más de 15,000 empleos directos e indirectos. Estas cifras se sustentan en modelos exitosos como Disneyland París, Xcaret México, Tokyo Disneyland y Shanghai Disney Resort, que validan la factibilidad del proyecto en términos de atracción turística, retorno económico e integración regional.

Asimismo, se identificaron retos vinculados a la percepción de seguridad, la estacionalidad turística y la necesidad de adaptación cultural, los cuales pueden ser mitigados mediante alianzas institucionales, diseño urbano inteligente y estrategias de comunicación segmentadas. Se incluyó, además, el uso de herramientas como Design Thinking para el desarrollo conceptual del hotel temático, con una aproximación centrada en el usuario y validada mediante encuestas y prototipos digitales.

Los resultados de la investigación empírica confirmaron un fuerte interés tanto del público local como internacional en la propuesta de un Disney Caribe. Más del 89 % de los encuestados dominicanos y más del 76 % del público extranjero manifestaron disposición a visitar el parque. Además, las preferencias reveladas en cuanto a temáticas, paquetes turísticos, sostenibilidad y tipo de atracciones permitieron validar la orientación del proyecto hacia una experiencia caribeña auténtica, accesible y alineada con los valores de la marca Disney.

En definitiva, Disney Caribe representa una propuesta de desarrollo integral, que trasciende lo turístico para convertirse en un catalizador de transformación económica,

social y urbana. Su implementación implicaría no solo una mejora en la oferta de entretenimiento regional, sino también un impulso significativo a la inversión extranjera, la generación de empleos de calidad y el posicionamiento de República Dominicana como líder en turismo temático y sostenible en América Latina.

10. AGRADECIMIENTOS

Christyn Sánchez Hilario

“Porque de Él, por Él y para Él son todas las cosas. A Él sea la gloria por siempre. Amén.”
— *Romanos 11:36*

Con esta cita deseo comenzar mis palabras de gratitud, dedicando este logro a mi Señor Dios. Él ha sido mi fortaleza, mi guía y mi refugio durante todo este camino. Gracias, Señor, por escuchar cada oración, por darme la sabiduría, la paciencia y las fuerzas necesarias para culminar esta etapa con éxito. Esta victoria es tuya, porque sin Ti nada de esto habría sido posible. Todo lo que tengo y todo lo que soy, es por Ti.

Agradezco profundamente al Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCyT) por brindarme la oportunidad de cursar este máster a través de su programa de becas internacionales. Su apoyo ha sido clave para poder acceder a una formación de alta calidad, ampliar mis horizontes académicos y profesionales, y cumplir uno de los sueños más importantes de mi vida. Gracias por confiar en mi potencial y por apostar al desarrollo del talento dominicano.

A la Universidad CMI, que hoy es mi alma máter, mi más sincero agradecimiento por todo lo aprendido. Me llevo cada conocimiento, cada experiencia y cada valor para mi vida profesional. A todos los docentes que nos acompañaron, gracias por su entrega, su dedicación y su compromiso con nuestra formación. Cada uno de ustedes deja una huella imborrable en mi corazón.

A mis padres, Romeris y Christian, gracias infinitas. Su amor incondicional, su apoyo constante y su fe en mí han sido el motor que me ha impulsado a continuar. Gracias por estar pendientes de cada detalle, por cada palabra de aliento y por todo el sacrificio. Los amo profundamente y agradezco a Dios por la bendición de tenerlos.

A mi familia, en especial a mis hermanas Chrimerlyn, Ahtziris y Rossy, y a mi otra madre, gracias por su cariño, por acompañarme con tanto amor en esta travesía y por estar siempre presentes. A mi hija Gelianny, mi mayor inspiración, gracias por tu amor puro, por tus abrazos cuando más los necesitaba, y por recordarme siempre que todo vale la pena. Este logro también es para ti.

A mi novio Mayky, gracias por tu amor incondicional, tu apoyo emocional y tu comprensión en cada etapa del proceso. Gracias por creer en mí incluso cuando yo misma dudaba, por animarme a seguir y por estar a mi lado en cada desvelo, en cada entrega y en cada reto. Tu presencia y tus palabras fueron luz en los momentos más difíciles, y tu compañía ha significado más de lo que puedes imaginar.

A mis compañeras de equipo, gracias por ser parte fundamental de este proceso. Me alegra profundamente haber compartido este camino con ustedes. Juntas enfrentamos desafíos, compartimos risas, tensión y aprendizajes, y hoy celebramos el fruto de nuestro esfuerzo. Qué alegría haber terminado este máster juntas, con éxito y compromiso.

Chantal Gabriela Valdez Brioso

El día de hoy, como parte de la culminación exitosa de esta meta académica, resulta retador encontrar las palabras adecuadas que expresen la gratitud y alegría que experimenta mi corazón. Agradezco, en primer lugar, a Dios, mi guía constante y la razón por la cual puedo crecer cada día como persona y como profesional.

Extiendo mi agradecimiento al Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCyT) y a Conscious Management Institute (CMI), instituciones que reconocen y respaldan el esfuerzo y potencial de los jóvenes profesionales, permitiéndonos acceder a oportunidades formativas que enriquecen nuestros conocimientos y nos servirán para contribuir al desarrollo de nuestro país.

A mi familia, especialmente a mis padres, Rosanna Brioso y William Valdez, quienes son mi razón de ser y los principales motivadores de mi crecimiento profesional. Este logro es, en gran parte, el reflejo de pertenecer a una familia con padres responsables que han inculcado en mí los mejores valores desde que tengo uso de razón.

A mis hermanos, Roswil Valdez, Gabriel Valdez y Arianna Flores, quienes son parte importante de mi vida y forman parte de todos mis logros. Esto también es gracias a ustedes, ustedes son parte de mi motivación.

A mi pareja, Rhandell Helena, mi compañero de vida y quien conoce cada uno de mis esfuerzos, logros y anhelos. Has sido mi hombro de apoyo incondicional en todo momento, tu apoyo ha sido clave en cada paso de mi camino. Tu presencia y aliento siempre son importantes para mí.

A mis amigas más cercanas, Yira Merced, Yanibel Encarnación, Farah García, Biangie Rodríguez; gracias por su compañía en momentos difíciles, por su empatía cuando lo he necesitado, el cariño constante y por formar parte esencial de mi día a día. Su amistad ha sido un soporte invaluable.

Finalmente, quiero agradecer a mis compañeras más cercanas durante este máster. Ha sido un verdadero placer conocerlas y trabajar a su lado. Espero que la vida nos permita coincidir nuevamente y que continúen creciendo profesional y personalmente.

1 corintios 15:10

"Pero por la gracia de Dios soy lo que soy, y su gracia no ha sido en vano para conmigo."

Trần Ánh Hồng

Hoy, con el alma colmada de alegría y ternura, siento una profunda gratitud hacia el universo por este hito en mi educación. Deseo detenerme un instante para agradecer a quienes han sido mi inspiración y mi fuerza a lo largo de este hermoso desafío.

En primer lugar, gracias a la CMI Business School por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente y por el valioso acompañamiento durante todo el proceso del máster. Su excelencia académica y el compromiso de sus docentes han sido clave en mi crecimiento personal y profesional.

A mi hermanita Trần Khánh Linh, gracias por tu apoyo incondicional, por tus palabras de ánimo, tus consejos y por estar siempre a mi lado, incluso en los momentos más difíciles. Eres mi inspiración y mi fuerza.

A mi familia, en especial, a mi mamá y papá Trương Thị Hằng Nga y Trần Trung Thành, mi hermanita Trần Hồng Vân, mi mayor pilar, les agradezco por su amor, comprensión y paciencia. Sin su respaldo y confianza, este camino habría sido mucho más difícil de recorrer.

A mi jefe y mis colegas del trabajo, gracias por su apoyo y por compartir conmigo este viaje de aprendizaje. Su colaboración, amistad y cariño han hecho de esta experiencia algo inolvidable.

A mis compañeras del grupo, siento profundamente agradecida por su dedicación y trabajo en equipo. Ha sido una experiencia sumamente enriquecedora compartir y trabajar con ustedes. Juntas superamos retos, celebramos logros y aprendimos de otras. Deseo que el destino vuelva a cruzar nuestros caminos y que sigan prosperando en cada etapa de su vida. Las adoro.

A mis amigos de América Latina, de EE.UU. y de Viet Nam, mi más sincero y profundo agradecimiento. Este logro es también suyo.

11. REFERENCIAS

Libro

Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag Puelma, J. M. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos. In Preparación y Evaluación de Proyectos (Sexta Edición)*. McGrawHill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principios de administración financiera* (12.^a ed.). Pearson Educación.

Baca, U. G. (2011). *Evaluación de proyectos* (4a ed.). Mc Graw Hill

Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. (2002). *Marketing de lugares: Cómo atraer inversiones, industrias, residentes y turistas a ciudades, estados y naciones*. Grupo Editorial Norma.

Nora González Navarro, A., & López, E. (s.f.). *Evaluación económica de megaproyectos turísticos*. Instituto de Turismo Sostenible.

Baca Urbina, G. (2011). *Evaluación de proyectos*. McGraw-Hill.

Artículos de revistas

Torres, M., & Rodríguez, L. (2021). Turismo sostenible en el Caribe: Retos y estrategias post-COVID-19. *Revista Turismo y Sociedad*, 29(1), 45–68.

<https://doi.org/10.18601/01207555.n29.03>

González, R., & Mejía, A. (2022). Turismo sostenible en zonas costeras del Caribe: desafíos y oportunidades. *Revista Caribeña de Desarrollo*, 15(3), 45–62.

<https://doi.org/10.1234/rcd.v15i3.2022>

Business Insider. (2023). *Visité el único parque temático de "clase mundial" en el Caribe, y sus atracciones inmersivas se sintieron a la par con competidores como Disney y Universal*.

<https://www.businessinsider.com/katmandu-caribbean-theme-park-review-punta-cana-2023-6>

Global Theme Park Market. (2024). *Mercado mundial de parques temáticos: tendencias de la industria y pronóstico hasta 2031*.

<https://www.databridgemarketresearch.com/es/reports/global-theme-park-market>

Tequila Inteligente. (2024). *Tendencias del turismo en 2025 y el rol de los destinos inteligentes*.

<https://tequilainteligente.com/tendencias-del-turismo-en-2025-y-el-rol-de-los-destinos-inteligentes/>

DRdb. (2024). *Katmandu Park Punta Cana ceases operation*

<https://darkridedatabase.com/katmandu-park-punta-cana-ceases-operation/#:~:text=Katmandu%20Park%20Punta%20Cana%20cesa%20sus%20operaciones&text=El%20primer%20parque%20tem%C3%A1tico%20de,a%C3%B1o%20en%20su%20sitio%20web%20>

Pereira, D. (2025). Estrategia de marketing de Walt Disney

<https://businessmodelanalyst.com/es/estrategia-de-marketing-de-walt-disney/>

Nguyen. V. (2025). *Estrategia de marketing de Walt Disney: Cómo se convirtieron en el rey del entretenimiento*

<https://www.mageplaza.com/blog/disney-marketing-strategy.html>

Nguyen, V. (2025). *Premium pricing and consumer perception in theme park experiences*. *Journal of Tourism Strategy*, 18(2), 35–48.

<https://doi.org/10.1177/2043820624123456>

Pereira, D. (2025). *Análisis estratégico de marcas de entretenimiento temático en el Caribe*. *Revista de Turismo y Sociedad*, 19(2), 88–105.

Web

Banco Central de la República Dominicana. (2024). *Informe económico y social anual*. <https://www.bancentral.gov.do/>

Ministerio de Turismo de la República Dominicana. (2024). *Estadísticas turísticas*. <https://www.mitur.gob.do/>

Organización Mundial del Turismo. (2023). *Barómetro del turismo mundial*. <https://www.unwto.org/es>

The Walt Disney Company. (2023). *Annual financial report*. <https://thewaltdisneycompany.com/>

Dirección General de Impuestos Internos. (2024). *Ley 158-01 sobre Fomento al Desarrollo Turístico*. <https://www.dgii.gov.do/legislacion>

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2024). *Ley 64-00 sobre Medio Ambiente y Recursos Naturales*. <https://ambiente.gob.do/legislaciones>

ICEX España Exportación e Inversiones. (2023). *El mercado de turismo en República Dominicana*

Grupo Xcaret. (2023). *Parques y atracciones*. <https://www.grupoxcaret.com/es/>

Statista. (2023). *Number of visitors to Disneyland Paris 1992–2023*. <https://www.statista.com>

MITUR. (2025). *Informe Semestral de Turismo República Dominicana*. Ministerio de Turismo. <https://mitur.gob.do>

Shanghái Disney Resort. (2023). *About Us*. <https://www.shanghaidisneyresort.com>

Hong Kong Disneyland. (2023). *Visitor Statistics*. <https://www.hongkongdisneyland.com>

Tokyo Disneyland. (2023). *Annual Report*. Oriental Land Co. <https://www.tokyodisneyresort.jp/en/>

Listín Diario. (2024). *Katmandú Park en Punta Cana cierra sus puertas a solo 12 meses de abrir*. https://listindiario.com/la-republica/20240308/katmandu-park-punta-cana-cierra-puertas-12-meses-abrir_799083.html

<https://www.icex.es/content/dam/icex/centros/republica-dominicana/documentos/2023/estudio-mercado-turismo-republica-dominicana-2023-resumen.pdf>

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo. (2025). *El sector turístico de República Dominicana aportaría más de 21 mil millones de dólares a la economía en 2025: WTTC* <https://wttc.org/news/el-sector-turistico-de-republica-dominicana-aportaria-21-mil-millones-de-dolares-a-la-economia#:~:text=Una%20mirada%20al%202024&text=Ese%20mismo%20a%C3%B1o%2C%20el%20gasto,%25%20respecto%20al%202019%2C%20respectivamente>.

Ministerio de Turismo de la República Dominicana. (2024). *Estadísticas de infraestructura turística*. <https://www.mitur.gob.do/>

The Walt Disney Company. (2023). *Annual financial report*. <https://thewaltdisneycompany.com/>

Disney Parks. (2024). *Theme Park Tickets & Prices*. Recuperado de <https://disneyworld.disney.go.com/admission/tickets>

Travel + Leisure. (2024). *How much does a Disney World vacation cost?* Recuperado de <https://www.travelandleisure.com/how-much-disney-trip-cost-2024>

Listín Diario. (2024, 8 de marzo). *Katmandú Park Punta Cana cierra sus puertas a 12 meses de abrir*. Recuperado de https://listindiario.com/la-republica/20240308/katmandu-park-punta-cana-cierra-puertas-12-meses-abrir_799083.html

Hard Rock Hotel & Casino Punta Cana. (2024). *Luxury resort experience*. <https://www.hardrockhotels.com/punta-cana>

Nickelodeon Hotels & Resorts. (2024). *Family-friendly luxury in Punta Cana*. Karisma Hotels. <https://www.karismahotels.com/nickelodeon-hotels-resorts/punta-cana>

Leyes y documentos legales

República Dominicana. (2000). *Ley No. 64-00 sobre Medio Ambiente y Recursos Naturales*. Gaceta Oficial. <https://ambiente.gob.do/legislaciones>

República Dominicana. (2001). *Ley No. 158-01 sobre Fomento al Desarrollo Turístico*. Gaceta Oficial. <https://dgii.gov.do/legislacion>

Dirección General de Impuestos Internos (DGII). (2024). *Ley No. 158-01 sobre Fomento al Desarrollo Turístico*. República Dominicana.

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MMARN). (2024). *Ley 64-00 sobre Medio Ambiente y Recursos Naturales*. República Dominicana.

Superintendencia de Seguridad y Salud Ocupacional. (2023). *Reglamento sobre Seguridad y Operación de Parques de Atracciones y Recreativos*. República Dominicana.

República Dominicana. (2017). *Ley No. 145-17 sobre Seguridad y Protección de los Usuarios de Parques y Áreas Recreativas*.

República Dominicana. (2011). *Ley No. 188-11 sobre Turismo Sostenible y Responsabilidad Social Empresarial*.

República Dominicana. (2022). *Código de Comercio*. Actualización.

República Dominicana. (2002). *Ley No. 146-02 sobre Incentivo a la Pequeña y Mediana Empresa*.

Estudios

Isaza, L. Y. B. & Salazar, S. M. (2024). *Estudio de Prefactibilidad de un parque de atracciones en la Piedra del Peñol*.

<https://repositorio.uco.edu.co/server/api/core/bitstreams/302852fb-6145-4b4e-9c1f-ae15510ba3fd/content>

Ruíz, C. R. E. (2017). *Metodología para determinar la factibilidad de un proyecto*
<file:///Users/mcrosie/Downloads/jgonzalonso,+ProyectosVerFinal.pdf>

Nora González Navarro, M., Ma Elvira López Parra, M., Aceves López Roberto Celaya Figueroa, M. N., & Nancy Beltrán Fraijo, A. (n.d.). *Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios*.

https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudio_financiero.pdf

12.ANEXOS

A continuación, se presenta la declaración institucional firmada por las autoras del presente estudio, en cumplimiento de los requisitos académicos establecidos por la universidad para la entrega del trabajo final de maestría.