

“Invertir en bienestar es la nueva forma de rentabilidad”

Las fases II de Oasis Bay y Oasis Lake se lanzan el 1 de diciembre en Punta Cana, impulsando el modelo 'branded residences' de Vivantia Homes, en colaboración con Aimbridge Hospitality como operador y INNSiDE by Meliá como marca de los futuros hoteles.

Vivantia Homes desarrolla proyectos residenciales y hoteleros de alto nivel en el Caribe bajo un modelo que fusiona inversión, diseño y gestión profesional. La compañía apuesta por un concepto eco-sostenible que integra naturaleza, arquitectura contemporánea y tecnología, creando espacios únicos donde rentabilidad y disfrute personal conviven en equilibrio. Sus desarrollos combinan el confort de una segunda residencia con la operativa y el servicio de un hotel de categoría, ofreciendo al inversor seguridad, rentabilidad y estilo de vida.

Pregunta. El 1 de diciembre lanzan las fases II de Oasis Bay y Oasis Lake. ¿Qué significa este paso para Vivantia Homes?

Respuesta. Supone la consolidación de un modelo que une inversión y bienestar. Tras

agotar la fase I de ambos proyectos, iniciamos esta nueva etapa con una propuesta más ambiciosa en diseño, servicios y rentabilidad. Hemos aprendido que el inversor busca hoy algo más que cifras: quiere un activo tangible, disfrutable y respaldado por una marca de confianza.

P. ¿Qué caracteriza al modelo 'branded residences' y por qué ha crecido tanto?

R. Porque aporta lo que el inversor actual demanda: gestión profesional, prestigio de marca y experiencia hotelera. En lugar de limitarse a ser propietario de una segunda vivienda, el cliente forma parte de un ecosistema con estándares internacionales, donde todo —desde el mantenimiento hasta la atención al huésped— está diseñado para mantener el valor del activo y optimizar su rendimiento.

P. ¿Cómo se refleja esta filosofía en Oasis Bay y Oasis Lake?

R. En Oasis Bay, situado en Cana Bay, la fase II ofrece un concepto más íntimo, con menor densidad y vistas directas al campo de golf. En Oasis Lake, en pleno Downtown, la expansión es más amplia: 210 nuevas unidades, dos piscinas, nuevos espacios gastronómicos, gimnasio, playa artificial y un centro de congresos para 600 personas. Son dos visiones complementarias de un mismo concepto: exclusividad y dinamismo.

P. El mercado dominicano es muy competitivo. ¿Qué lo hace atractivo para este tipo de proyectos?



José Luís Romero. CEO de Vivantia Homes

R. Su estabilidad, su demanda turística constante y su entorno fiscal favorable. República Dominicana ofrece ventajas únicas como la exención del 3% de ITP y del 1% del IBI durante 15 años para inversiones turísticas. Además, el perfil del visitante norteamericano y europeo busca cada vez más experiencias de calidad sin renunciar a la conectividad ni a la naturaleza.

P. ¿Qué papel desempeñan Meliá y Aimbridge Hospitality en esta alianza?

R. Son socios estratégicos. Meliá aporta la marca INNSiDE, que da identidad y reconocimiento internacional a los proyectos, y su experiencia en el segmento MICE encaja con nuestro enfoque de negocios y congresos. Aimbridge, como mayor operador hotelero independiente del mundo, garantiza la gestión operativa diaria y la rentabilidad sostenida. Juntos, aseguramos una fórmula sólida y transparente para el inversor.

Más información
www.vivantiahomes.com

