

Nuevas inversiones para atraer turistas suman más de 375 millones de dólares

“Ahora estamos volviendo a esas bases, estamos volviendo a atraer ese público que hoy se está yendo a gastar plata a otros destinos, cuando Cabarete tiene mejores condiciones, está más cerca y ofrece una identidad de pueblo única que hasta puede ser mejor que las de los otros destinos”, asevera.

Sin embargo, Wehe explica que **Cabarete** padece de algunos **problemas estructurales** que dificultan su desarrollo, entre ellos la falta de una **planta de tratamiento, aceras y acueducto**.

“A la localidad que vive ahí hace muchísimos años, creo que uno de los regalos fundamentales que más le puede hacer en infraestructura a cualquier gobierno es tratar el tema del saneamiento. En el caso de Cabarete va más allá, hay una **cloaca abandonada** de más de veintipico de años, que costó toda la plata del mundo. **Una planta de tratamiento de aguas negras**, también abandonada, que nunca se culminó por un tema de, bueno, no hubo presupuesto para las estaciones de bomba, quizás no se construyó lo que era apropiado para ese momento, no sé si rescatar esa infraestructura sea una opción, quizás habría que hacerla de vuelta, porque el pueblo cuando se construyó eso no es la misma realidad que hay hoy, pero si queremos seguir creciendo, creo que es importantísimo solucionar esos problemas”, argumenta Wehe.

Otro grupo que también pretende seguir expandiéndose es el **Coral Hospitality Corp**, **grupo hotelero** que pretende abrir tres nuevas propiedades en destinos como **Puerto Plata y Pedernales** con la inauguración de un Holiday (el primero previsto para los próximos dos meses y el segundo para el próximo año).

En Punta Cana lanzarán el DoubleTree by Hilton, cuya apertura está programada para el último tercio de este año.

De acuerdo con Ramón Tejeda, director corporativo de mercadeo y ventas de este grupo, la inversión para estos proyectos oscilaría entre **80 y 90 millones de dólares**.

“Estamos en un momento de transformación del turismo. Los mercados están evolucionando hacia experiencias más segmentadas, con mayor demanda de marcas reconocidas, flexibilidad en canales de distribución y un consumidor más informado. Nuestra estrategia responde a esa realidad: fortalecer alianzas internacionales, optimizar nuestra presencia en mercados emisores clave y maximizar la rentabilidad a través de una gestión inteligente de la demanda”, afirma Tejeda.

Además, el ejecutivo tiene claro que cuando se trata de competir por turista, el tema de la experiencia que este pueda vivir en el destino es crucial, indicando que el **wellness (bienestar)** y compromiso social son centrales.

Al ser abordado sobre otros nichos que faltan por explorar a nivel hotelero, Tejeda dijo que hay que desarrollar propuestas para los envejecientes y el buceo.

En **Las Terrenas, Samaná**, Donoma Las Terrenas Beach Resort & Spa, Autograph Collection, decidió apostar por una visión renovada del lujo contemporáneo y la gastronomía.

Ubicado donde la luz dorada se encuentra con las costas vírgenes de Playa Las Ballenas, Donoma integra un grupo de hoteles independientes que son "Exactly Like Nothing Else". Como parte del portafolio Autograph Collection de Marriott Bonvoy, la propiedad ofrece 94 habitaciones —que incluyen habitaciones, suites y villas de lujo privadas de hasta cuatro dormitorios.

La inversión para este proyecto, según Meicy Díaz, directora comercial de Donoma, es de **35 millones de dólares**. “Es una inversión meramente dominicana, pero administrada por Marriott”, aclara.

Asimismo, la directora comercial dice que el proyecto se aleja del concepto todo incluido, ya que, a su juicio, el que va a Las Terrenas va a explotar y conocer.

Hyatt también prevé nuevas aperturas que responden a la evolución del viajero actual, entre las que destacan **Hyatt Vivid Punta Cana**, el primer resort de esta marca en el país orientado a una nueva generación de viajeros adultos que buscan experiencias más flexibles, auténticas y conectadas con el destino, y Secrets Macao Beach Punta Cana, una propuesta adults-only que ampliará la oferta premium en la zona.

Hyatt Vivid Punta Cana abrirá a finales de agosto de este año, Secrets Macao Beach Punta Cana también estaría disponible este año. En el 2029 la marca tiene previsto abrir el **Hyatt Cyber Punta Cana**, una propuesta pensada para el segmento familiar. Los ejecutivos del proyecto no precisaron el monto de inversión para estos proyectos.

Esta marca tiene en el país 32 resorts y cerca de 17,000 habitaciones.

Estas propuestas fueron presentadas en el marco de la feria Dominican Annual Tourism Exchange (DATE) 2026, organizada por la **Asociación de Hoteles y Turismo de la República Dominicana (Asonahores)**.

Adaptado de: https://listindiario.com/economia/sector-turistico/20260426/nuevas-inversiones-hoteleras-suman-mas-375-millones-dolares_903216.html