



República Dominicana suele resumirse en playas turquesa, arena blanca y grandes resorts. Sin embargo, durante este FAM Trip por Punta Cana entendí que el destino va mucho más allá de esa postal. Es hospitalidad, cultura, inversión, gastronomía y una industria turística con visión clara de crecimiento.

Invitada por Carolina Pérez, directora de la Oficina de Promoción Turística de República Dominicana en México, participé en un viaje de familiarización que combinó recorridos hoteleros, actividades, encuentros con líderes del sector y la asistencia a DATE 2026. Durante cinco días, Punta Cana mostró por qué República Dominicana vive uno de sus mejores momentos turísticos.

DÍA 2 Distintas formas de vivir el lujo

El segundo día comenzó en Hyatt Zilara Cap Cana, con un recorrido guiado por Angie Díaz, gerente de Ventas. Con 375 habitaciones y dos conceptos, Zilara para adultos y Ziva para familias, el hotel destacó por su spa, parque acuático, gastronomía de especialidad y vistas al mar.



Después visitamos Zoëtry Agua Punta Cana, en un recorrido guiado por Mercedes Jiménez, gerente de Ventas. Con 92 suites, villas y vistas a jardines y piscinas, el hotel mostró un concepto boutique conectado con la naturaleza, detalles artesanales y una experiencia gastronómica marcada por el ceviche peruano del chef Octavio.



Luego visitamos el Rafa Nadal Tennis Center, una parada ideal para sumar deporte y exclusividad a la experiencia en Punta Cana. Sus instalaciones de alto nivel lo convierten en un atractivo para viajeros apasionados por el tenis y, al poder jugar un poco, la visita se sintió mucho más vivencial.



El día cerró en Zel, un hotel con 190 suites y una vibra relajada de fiesta caribeña. Su concepto, "tu casa en el Caribe", se siente cercano y familiar desde el primer momento, con una propuesta pensada principalmente para adultos, aunque también recibe niños.



DÍA 3 DATE 2026 y la cultura que sostiene al destino

El tercer día arrancó con la inauguración de DATE 2026 en el Hotel Barceló, encabezada por el ministro de Turismo, David Collado. En su edición 26, el Dominican Annual Tourism Exchange confirmó su importancia como plataforma de promoción, negocios y fortalecimiento turístico para República Dominicana.

Las cifras respaldan ese momento: en 2025 el país recibió 11.6 millones de visitantes, logró una ocupación hotelera superior al 71% y alcanzó una satisfacción de 4.4 sobre 5. Además, 2026 inició con 3.7 millones de visitantes en el primer trimestre, su mejor arranque histórico.

También se destacó una inversión turística superior a los 4 mil millones de dólares, una cadena de valor con más del 40% de insumos locales y el crecimiento del mercado mexicano, que en 2025 sumó 169 mil viajeros, 52% más que el año anterior. La jornada dejó claro que República Dominicana atraviesa uno de sus mejores momentos turísticos.



Para cerrar el día, visitamos Dominica, una experiencia inmersiva que nos acercó a la cultura, la historia y la identidad de República Dominicana. Fue una forma distinta de entender el destino: no solo desde sus playas y hoteles, sino desde las raíces que explican su energía, su orgullo y su manera de recibir al viajero.

DÍA 1 Hospitalidad, mar Caribe y bienvenida dominicana

Nuestro FAM Trip por Punta Cana arrancó en Wyndham Alltra Punta Cana, con un recorrido guiado por Héctor Montero, gerente de Ventas. Con 620 habitaciones y una renovación de 45 millones de dólares en 2025, el hotel dejó ver una propuesta muy completa: parque acuático incluido, restaurantes, bares, spa, gimnasio, teatro y espacios pensados para familias, parejas, grupos y bodas.



Después, la experiencia se trasladó al mar. A bordo de un catamarán, con Otium Internacional y Erika González, vivimos una party boat entre música, aguas cristalinas y ambiente caribeño. Fue una forma distinta de conectar con Punta Cana: desde el color del mar, la energía del destino y su vocación natural para celebrar.

La jornada cerró en Dreams Cap Cana, donde el grupo fue recibido con habitaciones amplias, instalaciones de gran nivel y atención cálida. Ahí compartimos una cena con Carolina Pérez, en un ambiente cercano que permitió conversar sobre la relevancia de República Dominicana para México.



DÍA 4 Negocios y nuevas oportunidades para México

Durante el cuarto día regresamos al centro de convenciones del Hotel Barceló para continuar con la agenda de DATE 2026. Fue una jornada más breve en recorrido, pero valiosa en conversaciones. Interactuamos con agentes, operadores, hoteleros y líderes de distintos proyectos turísticos que compartieron su visión sobre República Dominicana y sus estrategias para conectar con el mercado mexicano.

Las conversaciones dejaron ver una oferta amplia: hoteles, resorts, parques acuáticos, destinos, experiencias culturales, entretenimiento y productos diseñados para distintos perfiles. También confirmaron el interés del destino por fortalecer su relación con México mediante alianzas cercanas y promoción segmentada.

Testimoniales Date 2026



Carolina Pérez

Directora de la OPT de República Dominicana en México

"República Dominicana es un destino que lo tiene todo y puede satisfacer a cualquier tipo de viajero".



Thelma Martínez

Directora de Cruceros del Puerto de Santo Domingo

"Somos una propuesta cultural, gastronómica e histórica de muchísimo valor".



Fabeth Martínez

Directora Ejecutiva de la Asociación de Hoteles de Santo Domingo

"Invito a los mexicanos a descubrir Santo Domingo y lo que nos une".



Kirsis Mendez

Directora de Ventas de Latinoamérica en Casa de Campo

"El hotel es una propiedad muy exclusiva con un enfoque diferente y único".



Silvia Pizarro

Directora Comercial del Dorado Water Park

"Somos el parque acuático más grande de todo el Caribe. Una experiencia imperdible en Punta Cana".



Jakaira Cid

CEO Manureva Tours

"El que va a Puerto Plata descubre a otra República Dominicana".



Ivan Cunillera

Gerente General de Santo Domingo Bay

"Somos el único hotel de la región de lujo y con playa, lo que nos vuelve exclusivos y competitivos".

Para cerrar el día, nos trasladamos a Coco Bongo, uno de los shows más icónicos del destino. Entre acrobacias, música, luces y un ritmo que no se detiene, la experiencia confirmó que Punta Cana también se vive de noche, lo que complementa perfectamente su oferta turística.



DÍA 5 Punta Cana: Un destino que invita a regresar

El quinto día comenzó con la conferencia de cierre de DATE 2026, liderada por Agnie Lendor, vicepresidenta Ejecutiva de Asonahores. Con más de 200 empresas y 20 países participantes, el encuentro permitió dimensionar la relevancia del evento para la industria turística dominicana, así como el crecimiento sostenido del destino. Durante la sesión se destacó su enfoque en inclusión, el desarrollo de su infraestructura —con 90 mil habitaciones y proyección de crecimiento— y el avance del mercado mexicano, que ha crecido un 52%.



Durante la jornada, Carolina Pérez, directora de la Oficina de Promoción Turística de República Dominicana en México, fue reconocida por su destacada participación en la gestión de compradores que realizaron más rondas de negocio en DATE 2026. Al recibir este reconocimiento, destacó el papel del mercado mexicano como un aliado clave para el destino y agradeció a operadores, agentes de viajes y socios comerciales que han impulsado la venta de República Dominicana, señalando que este logro es resultado de un esfuerzo conjunto.

Más tarde, visitamos el Centro Cultural Rainieri, en un recorrido guiado por Eva Camilo. El espacio tiene como misión acercar a los visitantes a la historia y cultura dominicana a través de exposiciones, talleres, auditorio, café y espacios dedicados a las artes visuales.



Después nos trasladamos a Playa Blanca Puntacana, un beach club de lujo donde la playa privada, el ambiente relajado y la gastronomía de primer nivel ofrecieron un cierre perfecto frente al mar, en uno de los espacios más exclusivos del destino.



La despedida llegó con una cena que llevó nuestras emociones hasta las nubes, literalmente, en Dinner in the Sky. Entre vistas espectaculares, buena comida, música y risas, el cierre del FAM Trip se sintió tan alto como lo vivido. Más allá de ese momento, el agradecimiento se queda desde el primer día hasta hoy: a Carolina Pérez y a todos quienes hicieron posible esta experiencia.

Y es que, al final, hay viajes que se viven... y otros que se quedan. Este fue uno de esos. Porque como alguien del grupo dijo en voz alta, y todos sentimos: me tomó una semana conocerlos y me tomará una eternidad olvidarlos.

