

[TENDENCIA]

La “Perla del Caribe” presenta su estrategia turística

La nueva propuesta de República Dominicana es destacar la diversidad de sus destinos claves.

Mauricio Riquelme C.
La Estrella

Tras un año excepcional con la llegada de más de 11 millones de turistas, República Dominicana continúa consolidándose como el destino turístico más importante del Caribe.

En el marco de la Feria Internacional de Turismo 2025 (Fitur) en Madrid, el país caribeño presentó su renovada estrategia de branding turístico, diseñada para resaltar la riqueza y diversidad de sus destinos clave, como Miches, Samaná, Santiago y Costa del Ámbar. Esta nueva propuesta busca fortalecer la marca país y conectar emocionalmente con los viajeros de todo el mundo.

Con el respaldo del Ministerio de Turismo, David Collado, República Dominicana ha trabajado en una renovada estrategia de promoción que destaca las experiencias únicas que ofrece el país. Desde los paisajes



LA NUEVA ESTRATEGIA FUE PRESENTADA EN LA FITUR 2025.

vírgenes y el ecoturismo de Miches, hasta la vibrante cultura y tradiciones de Santiago, pasando por la asombrosa biodiversidad de Samaná y el patrimonio histórico de la Costa del Ámbar, cada destino tiene su propio atractivo, diseñado para ofrecer experiencias auténticas y sostenibles.

“República Dominicana es mucho más que sol y playa. Somos una nación rica en cultura, historia y calidez humana, y esta nueva

estrategia tiene como objetivo mostrar al mundo el verdadero potencial de nuestros destinos. Con esta iniciativa, nos posicionamos como líderes en turismo sostenible, alineados con las nuevas expectativas de los viajeros que buscan experiencias auténticas y enriquecedoras”, expresó el ministro durante su intervención.

Este enfoque no solo refuerza la posición internacional de la República Dominicana, sino que tam-



FOTOS CEDIDAS

PLAYA ESMERALDA EN MICHES EN UN LUGAR IMPERDIBLE DE CONOCER EN “RD”.

11

millones de turistas visitaron República Dominicana en 2024.

bién tiene un impacto directo en la economía, el desarrollo social, la creación de empleo y la atracción de inversiones extranjeras. A través de esta renovada visión, el país busca posicionarse a la vanguardia del turismo mundial.

Cada uno de los destinos se ha conceptualizado para resaltar su identidad única: Costa del Ámbar: Destinos icónicos como Puerto Plata y Cabarete se enfocan en la sostenibili-

dad y el turismo cultural, con atractivos como las casas victorianas del Caribe y los yacimientos de ámbar.

Miches: Un paraíso ecológico de playas prístinas y biodiversidad única que se ha convertido en uno de los destinos más populares de los últimos años.

Samaná: Un santuario de biodiversidad y uno de los principales lugares del mundo para el avistamiento de ballenas jorobadas, combinado con lujo y bienestar. Santiago: Un centro económico y cultural que fusiona tradición y modernidad, con una rica oferta gastronómica y cultural.

“Este país no es solo un destino, es un universo de posibilidades. Cada rincón ofrece algo único, desde sus

playas hasta su vibrante vida cultural. Este enfoque integral invita a descubrir todo lo que la República Dominicana tiene para ofrecer”, expresa Andy Stalman, experto en branding, quien destacó la propuesta de República Dominicana.

Este enfoque integral no solo busca posicionar mejor a República Dominicana a nivel global, sino también impactar positivamente en su economía y en el desarrollo de iniciativas sostenibles. En mercados como Chile, el país caribeño invita a descubrir su hospitalidad, diversidad y riqueza cultural.

Para más información visite: www.godominican-republic.com.