



Discover Puerto Rico lanza campaña Live Boricua a nivel internacional

Iniciativa expone rasgos de la cultura puertorriqueña ante posibles visitantes mundiales

San Juan, Puerto Rico, 6 de junio de 2022 – Discover Puerto Rico lanzó hoy en los mercados internacionales la campaña *Live Boricua* (Vive Boricua) que, además de mostrar nuestros encantos como destino, destaca la cultura puertorriqueña como un atractivo para los visitantes de Puerto Rico.

La campaña saldrá hoy en los medios de comunicación digitales y en esfuerzos promocionales en el Reino Unido, Alemania, España, Canadá y Colombia.

“Conocemos que nuestros visitantes sienten tanto interés por nuestro clima tropical como por nuestra cultura, que es inigualable. Nuestra cultura es lo que mejor nos distingue de otros destinos y queremos que nuestra campaña refleje eso”, dijo Leah Chandler, Principal Oficial de Mercadeo de Discover Puerto Rico. “Queremos que los viajeros conozcan a Puerto Rico, que tengan una experiencia auténtica de la cultura puertorriqueña que tiene tanto que ofrecer en su gastronomía, en su música, en sus valores y en esa herencia caribeña que mezcla tantos sabores mundiales”.

El lanzamiento ocurre luego de que portavoces de Discover Puerto Rico llevaran a cabo una serie de entrevistas y encuentros con medios de comunicación europeos promoviendo los viajes a la Isla.

Discover Puerto Rico anualmente invierte alrededor de \$20 millones en los esfuerzos para mercadear a la Isla como destino turístico en los Estados Unidos y los mercados internacionales. Se espera que la inversión se duplique con la aportación de los fondos de la Ley del Plan del Rescate Americano (ARPA, por sus siglas en inglés) que fueron asignados a Discover Puerto Rico.

Estos fondos temporeros adicionales permitirán que Puerto Rico extienda su publicidad a todos los Estados Unidos y mejore su penetración en mercados emergentes o existentes con vuelos directos a la Isla.

La campaña a nivel internacional también va de la mano con un reciente aumento en la frecuencia en los vuelos entre San Juan y Madrid que anunció la aerolínea Iberia junto a la Compañía de Turismo. Actualmente, cerca del 5% de los pasajeros que llegan al aeropuerto Luis Muñoz Marín provienen de vuelos internacionales. Previo a la pandemia del COVID-19, ese porcentaje rondaba el 10%.

El lanzamiento de la nueva campaña será uno de los temas que se discutirá el lunes 13 de junio, durante un foro organizado por Discover Puerto Rico para profesionales de la industria turística y medios especializados en el que se discutirán nuevas tendencias, como el desarrollo del turismo liderado por las comunidades, el reposicionamiento de marcas, el mercadeo de destinos, la producción de contenido en los destinos y el valor económico que genera el turismo en las economías locales y vecinales.

El evento contará con la participación de Aaron Wodin-Schwartz, vicepresidente senior de Asuntos Públicos de Brand USA; Brad Dean, Principal Oficial Ejecutivo (CEO) de Discover Puerto Rico; Michael George, fotógrafo de National Geographic; Bryan Kinkade, vicepresidente y editor de AFAR Media; Helen Marano, directora de Travel Foundation, y Jane McFadzean, CEO de Suitcase Magazine, entre otros.

###

Contactos: edward.zayas@discoverpuertorico.com / ricardo.cortes@discoverpuertorico.com