



Discover Puerto Rico desarrolla alianza con National Geographic para resaltar los atractivos boricuas

Celebran foro sobre estrategias de turismo centrado en las comunidades

San Juan, Puerto Rico, 13 de junio de 2022 – Discover Puerto Rico anunció una colaboración con National Geographic para producir contenido sobre los atractivos turísticos y comunitarios de Puerto Rico que será publicado en julio en los canales digitales con alcance mundial de la organización.

[Michael George](#), uno de los principales talentos de National Geographic en fotografía y escritura estará varios días recorriendo varios municipios, entre ellos, Aguadilla, Utuado, Ponce, Guánica, Cabo Rojo, Lajas y Luquillo y estará publicando extractos de sus experiencias en Puerto Rico a través de las plataformas digitales de la empresa.

“La producción tiene como meta que la audiencia se adentre en elementos culturales e históricos de Puerto Rico a través de los diversos canales digitales que tiene National Geographic. Esto está alineado con nuestra estrategia de promover nuestro más distintivo atractivo, la cultura puertorriqueña”, dijo Leah Chandler, Principal Oficial de Mercadeo de Discover Puerto Rico.

En su recorrido George se quedará en casa de puertorriqueños y visitará iniciativas turísticas lideradas por las comunidades. El fotógrafo también experimentó la diversidad de escenarios naturales en Puerto Rico. En algunas porciones, el recorrido lo hará caminando o en bicicleta.

El proyecto, titulado “Puerto Rico, más allá de las playas” se publicará como un fotodiario. Además, se elaborarán galerías fotográficas promocionales que se publicarán en las plataformas digitales de National Geographic que conectarán con el portal de Discover Puerto Rico.

La producción resaltará aspectos alusivos a la diversidad, equidad e inclusión en la industria turística y la cultura puertorriqueña. Discover Puerto Rico apoyará la producción de contenido y auspiciará la promoción atada a la propuesta creativa de la revista que tiene una audiencia de millones.

El acuerdo fue anunciado durante un Foro sobre Turismo Liderado por las Comunidades patrocinado por Discover Puerto Rico. En el evento, que estuvo abierto a la prensa, líderes de la industria turística de Puerto Rico y periodistas internacionales, se mostró la campaña Live Boricua y se discutieron temas como el reposicionamiento de una marca, la creación de contenido para impulsar el turismo liderado por la comunidad y el impacto económico de los visitantes en las comunidades.

Esta iniciativa es parte del esfuerzo de Discover Puerto Rico por mostrar la cultura puertorriqueña como la principal atracción para nuestros viajeros, principalmente provenientes de los Estados Unidos y de mercados internacionales como España, Reino Unido y Alemania. En mayo, Discover Puerto Rico recorrió estos tres países en un esfuerzo de relaciones públicas para promover los viajes a la Isla. El evento coincide con la decisión de los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) de dejar de solicitar una prueba COVID-19 negativa a los pasajeros internacionales entrantes.



Entre los panelistas en el foro estuvo el propio George; Jane McFadzean, Principal Oficial Ejecutivo (CEO, por sus siglas en inglés) de SUITCASE Magazine; Bryan Kinkade, editor de Afar Media; el CEO de Discover Puerto Rico, Brad Dean; el vicepresidente senior de Asuntos Públicos de Brand USA, Aaron Wodin; el presidente de Paulson Puerto Rico Hotels, Peter Hopgood; la dueña y gerente de El Pretexto, Crystal Díaz; el vicepresidente de Frutos del Guacabo, Efrén Robles y Adelisa González, directora ejecutiva de la Fundación Cortés.

###

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