|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PARA COMUNICACIÓN URGENTE23 de abril de 2012 |  | CONTACTO CON LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN: Vicki Johnson |
|  |  | 407-340-9658 |
|  |  | Vickij@vicki-johnson-communications.com |

**EE. UU. lanza la primera campaña de marketing global para atraer a los viajeros internacionales**

*La canción original de Rosanne Cash invita a los turistas a que “vengan y encuentren la tierra de sus sueños”*

LOS ÁNGELES – Brand USA, la nueva entidad de marketing en turismo responsable de promocionar a Estados Unidos a los turistas del mundo, reveló hoy la primera campaña integral de marketing de EE. UU. durante una conferencia de prensa en International Pow Wow, la feria de turismo más grande de EE. UU. que se llevó a cabo en Los Ángeles esta semana. La campaña exhibe las diversas experiencias disponibles en Estados Unidos con ideas frescas e inesperadas, informando a los turistas a que “Hay mucho más por descubrir”.

“Nuestra meta es nada menos que reavivar el romance del mundo con EE. UU.: el lugar, el espíritu y el sueño”, expresó Jim Evans, gerente general de Brand USA. “Queremos difundir el mensaje de bienvenida de Estados Unidos alrededor del mundo e invitar a los viajeros a que experimenten las infinitas posibilidades que Estados Unidos tiene para ofrecer. Es por eso que nos preguntamos: ‘¿cómo podemos comunicar nuestro mensaje de la mejor manera a varios países, pasando por incontables idiomas y culturas?’ Nos dimos cuenta de que la respuesta yacía en el único y verdadero idioma universal: la música”.

Rosanne Cash, hija del legendario músico estadounidense Johnny Cash, y cantante y compositora galardonada con el premio Grammy, ha compuesto una canción original llamada “Land of Dreams” (Tierra de sueños) para que fuera el corazón de la campaña. Los primeros anuncios muestran a Cash interpretando la canción bajo el Puente Brooklyn, en Nueva York, junto con músicos de todo el mundo. Como parte de sus iniciativas de marketing, Brand USA extenderá las invitaciones a músicos de todo el mundo para que vengan a interpretar su música en sus ciudades y pueblos favoritos de EE. UU., elaborando perfiles con sus viajes y las cosas favoritas sobre EE. UU. en Internet y a través de los medios de comunicación sociales. “Land of Dreams” puede descargarse en forma gratuita de DiscoverAmerica.com.

Brand USA, que creó la campaña en asociación con JWT, la agencia de grabación de la organización, empleará una estrategia de marketing completamente integral usando una combinación de anuncios televisivos de 15, 20 y 60 segundos, además de anuncios digitales, en la vía pública e impresos acompañados por una fuerte presencia en Internet y una sólida estrategia de medios de comunicación sociales para llegar a posibles turistas. Las páginas de Facebook, Twitter y YouTube exhibirán promociones y actividades específicas de países; el sitio web DiscoverAmerica.com, que ha sido lanzado nuevamente, servirá como el portal de información de los turistas para la planificación de viajes.

“Otros países del mundo han priorizado las iniciativas turísticas durante años y, sin embargo, en los 236 años desde la fundación de Estados Unidos de América, este país no ha tenido una iniciativa coordinada a nivel nacional dedicada a invitar a los viajeros a venir a visitarnos”, expresó Stephen J. Cloobeck, presidente de la junta directiva de Brand USA. “Eso cambiará hoy. Esta nueva campaña significará un salto hacia un recurso económico de increíble valor: los millones de turistas que quieren experimentar todo lo que nuestro gran país tiene para ofrecer”.

La primera ola de anuncios se lanzará dentro del mercado el 1 de mayo en el Reino Unido, Japón y Canadá, con un presupuesto de $12.3 millones para los primeros tres meses. Una segunda ola seguirá en Brasil y Corea del Sur, con varios otros mercados por venir.

Brand USA fue creada como resultado de la Ley de Promoción del Turismo de EE. UU. (U.S. Travel Promotion Act), una ley federal aprobada en marzo de 2010 que establecía una asociación público-privada entre la industria del turismo y el gobierno estadounidense dedicada a incrementar las visitas internacionales a EE. UU. a través de iniciativas de marketing y promoción para generar la creación de empleos e impulsar el crecimiento económico. Según la Asociación de Turismo de EE. UU. (U.S. Travel Association), el turista extranjero promedio que visita Estados Unidos gasta $4,000 por cada viaje, y 35 turistas extranjeros, una cifra que aumenta gradualmente, sustentan un nuevo puesto de trabajo en EE. UU.

International Pow Wow, que se está llevando a cabo en el Centro de Convenciones de Los Ángeles (Los Angeles Convention Center) desde el 21 de abril hasta el 24 de abril, atrae a más de 1,000 organizaciones de turismo de EE. UU. y 1,200 compradores turísticos locales e internacionales de más de 70 países. Juntos, estos compradores y vendedores harán negocios que generarán un monto estimado de $3,500 millones en futuro turismo en EE. UU.

###

**Sobre Brand USA**

Brand USA fue creada por la Ley de Promoción del Turismo en el año 2010 para encabezar la primera iniciativa de marketing global del país con el fin de promocionar a Estados Unidos como un destino turístico principal y comunicar las políticas y los procedimientos de entrada y salida de EE. UU. Formada como la Empresa de Promoción del Turismo (Corporation for Travel Promotion), esta entidad público-privada comenzó a operar en mayo de 2011 y realiza sus actividades comerciales como Brand USA. Brand USA trabaja en estrecha asociación a la industria del turismo para maximizar los beneficios económicos y sociales del turismo. Por medio del encargado en convocar a la acción —DiscoverAmerica.com—, Brand USA inspira a los turistas a explorar las infinitas posibilidades que ofrece Estados Unidos de América. Para obtener información sobre asociación o industria de Brand USA, puede visitar www.TheBrandUSA.com. Para obtener información sobre experiencias turísticas excepcionales e inesperadas en Estados Unidos, visite [www.DiscoverAmerica.com](http://www.DiscoverAmerica.com), el sitio web para clientes de Brand USA.

**Nota del jefe de redacción: “Land of Dreams” puede descargarse en forma gratuita de DiscoverAmerica.com a partir de las 12 p. m. PDT del 23 de abril de 2012.**

**Páginas de medios de comunicación sociales específicos del país:**

**Canadá**: <http://www.facebook.com/DiscoverAmericaCA>

**Japón**: <http://www.facebook.com/DiscoverAmericaJP>

**Reino Unido:** <http://www.facebook.com/DiscoverAmericaUK>

**Canadá**: <https://twitter.com/#!/discoverusaCA>

**Canadá francesa**: <https://twitter.com/#!/discoverusaQC>

**Japón**: <https://twitter.com/#!/discoverusaJP>

**Reino Unido:** <https://twitter.com/#!/discoverusauk>

**YouTube**: <http://www.youtube.com/discoveramerica>