



La marca de un destino es una percepción y una creencia que vive en el corazón y la mente de los viajeros. **Una marca es una promesa.** Una marca no es una campaña ni un eslogan. Una campaña es solo un reflejo o expresión de una marca. Una marca puede implementar muchas campañas y docenas de lemas a lo largo del tiempo, pero su promesa de marca sigue siendo constante.

## ¿QUÉ ES UNA MARCA?



## OBJETIVO

### DE INVESTIGACIÓN

Comprender la conciencia, el sentimiento y la oportunidad.

### VALOR DE MARCA

La investigación mostró que no había valor en marcas, eslóganes o logotipos anteriores, incluyendo "Isla del Encanto", que estuvo más asociado con Hawái.

## PLATAFORMA DE MARCA Y DESARROLLO DE IDENTIDAD VISUAL

### ARQUETIPO DE MARCA DE PUERTO RICO: EL AMANTE

#### POSICIÓN

UNA PALABRA:  
**APASIONADO**

#### DESCRIPCIÓN

Puerto Rico: una celebración vibrante y colorida infundida con una pasión ardiente, que baila a un ritmo diferente a cualquier otro lugar del mundo. Sofisticado pero sexy, arraigado en la autenticidad. Su alma es contagiosa. Es como un abrazo, orgulloso de su identidad, que invita a todos a compartir. En Puerto Rico, no solo estás invitado a la fiesta, queremos que bailes.

#### VOZ:

Auténtica  
Acogedora  
Festiva  
Atrevida  
Sexy  
Valiente  
Juguetona  
Sonora

#### IDENTIDAD VISUAL

Más de 100 versiones de logotipos, tipografía e interpretaciones creativas se redujeron a **8 para las pruebas.**





# PRUEBAS

GRUPOS  
FOCALES Y  
ENTREVISTAS

# 7 MERCADOS CLAVE

LOS ANGELES  
CHICAGO  
DALLAS  
ATLANTA  
TORONTO  
NEW YORK CITY  
WASHINGTON, D.C.

# 130+ VIAJEROS

ENTREVISTADOS

# 30+ HORAS

DE INFORMACIÓN

# 30 CONCEPTOS DE CAMPAÑAS

## PROBADOS

Discover Puerto Rico probó conceptos de campaña a través de grupos focales en mercados clave, incluyendo un grupo de la diáspora.

# IDENTIDAD DE MARCA FINAL Y CAMPAÑA DE LANZAMIENTO DE MARCA

## IDENTIDAD DE MARCA



HEADLINES/SUBHEADS

### OSWALD BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Oswald should always be shown in all caps with leading set to 0 pt.

HEADLINES/SUBHEADS

### OSWALD REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Oswald should always be shown in all caps with leading set to 0 pt.

SUBHEADS

### AINSLIE NORM BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Ainslie should always be shown in all caps with leading set to 600 pt. Ainslie should be avoided with larger text sizes.

SUBHEADS

### AINSLIE NORM DEMI

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Ainslie should always be shown in all caps with leading set to 600 pt. Ainslie should be avoided with larger text sizes.

SUBHEADS

### MONTERRAT BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Montserrat can be shown in all caps or sentence case. Kerning should be set to 0 pt.

SUBHEADS/BODY COPY

### MONTERRAT REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Montserrat can be shown in all caps or sentence case. Kerning should be set to 0 pt.

SUBHEADS/BODY COPY

### MONTERRAT REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

Montserrat can be shown in all caps or sentence case. Kerning should be set to 0 pt.



PANTONE 2396  
R 70 G 202 B 199  
#67584F  
C 80 M 0 Y 37 K 0



PANTONE 7691  
R 0 G 91 B 151  
#004A28  
C 100 M 62 Y 18 K 3



PANTONE 103  
R 224 G 196 B 40  
#E0CA2B  
C 15 M 18 Y 99 K 0



PANTONE 370  
R 75 G 137 B 25  
#479917  
C 75 M 24 Y 100 K 9



PANTONE 2735  
R 64 G 88 B 163  
#4056A1  
C 85 M 74 Y 3 K 1



PANTONE 7530  
R 205 G 74 B 20  
#CEA474  
C 15 M 84 Y 100 K 3

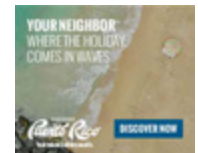
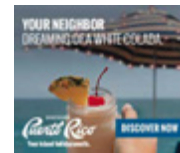


PANTONE 7637  
R 143 G 7 B 64  
#950740  
C 29 M 100 Y 61 K 22

783979,

CAMPAÑA DE

LANZAMIENTO DE MARCA



## ENERO 2020

Reconocido con un Premio Adrian platino, el mayor honor que un destino puede recibir en la industria, por el Desarrollo de una Campaña Completa, incluyendo el Posicionamiento de Marca.