**PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA**

 **Contactos de prensa:**

 Chris Heywood / Jennifer Tong / Andrew Felts, Brand USA

 press@thebrandusa.com

### **BRAND USA ANUNCIA UNA AGENDA AUDAZ PARA IMPULSAR EL TURISMO INTERNACIONAL EN IPW 2025**

**Brand USA presenta la nueva campaña global de turismo *America The Beautiful* y lanza el centro digital AmericaTheBeautiful.com**

**La organización promueve una década de grandes eventos, como America250, la Copa Mundial 2026, el Centenario de la Ruta 66, los próximos Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Verano 2028 y los Juegos Olímpicos de Invierno 2034, y destaca las novedades en Estados Unidos.**

CHICAGO, IL (16 de junio de 2025) — [Brand USA](https://www.thebrandusa.com/), la organización de promoción de destinos de Estados Unidos y patrocinador principal del IPW de la U.S. Travel Association, celebró hoy su conferencia de prensa anual en el McCormick Place de Chicago, Illinois, donde presentó una visión audaz para el futuro del turismo internacional hacia Estados Unidos. La organización introdujo una nueva campaña de turismo global, [*America The Beautiful*](https://www.youtube.com/watch?v=i6WNx2MFCNU), diseñada para mostrar lo mejor del país y fomentar los viajes internacionales hacia EE.UU. en 2025 y en los años siguientes.

“Con la vista puesta en 2026 y más allá, nos enorgullece anunciar *America The Beautiful* — una campaña de turismo global audaz y sin precedentes”, afirmó Fred Dixon, presidente y CEO de Brand USA. “Nunca ha habido un mejor momento para explorar la belleza y energía de Estados Unidos, que sigue siendo el destino de viajes de larga distancia más aspiracional del mundo. Con esta campaña, enviamos un mensaje claro: Estados Unidos está abierto a los negocios y listo para recibir a viajeros internacionales legítimos. Confiamos en que este esfuerzo despertará un renovado interés y fortalecerá vínculos con audiencias de todo el mundo”.

### **AMERICA THE BEAUTIFUL**

Con lanzamiento en agosto, *America The Beautiful* es una plataforma flexible y emocionalmente motivadora que busca reavivar la pasión por viajar a EE.UU. y recordar a los visitantes globales la riqueza, calidez y diversidad de sus destinos y su gente.

“Los visitantes vienen a hacer más que ver Estados Unidos. Vienen a sentirlo, a conectarse con nuestra gente, explorar nuestros paisajes y vivir nuestras historias. *America The Beautiful* nos brinda una nueva forma de contar esas historias e invitar al mundo a ser parte de ellas”, comentó Dixon.

La campaña estará respaldada por un centro digital exclusivo, [AmericaTheBeautiful.com](https://americathebeautiful.com/es/), que se lanza hoy y que utiliza inteligencia artificial en colaboración con Mindtrip para personalizar y enriquecer la experiencia del viajero. Este enfoque, más intuitivo y basado en datos, permitirá a Brand USA comprender mejor qué inspira a las audiencias globales y ofrecer experiencias personalizadas que los motiven a actuar.

“Esta campaña es una plataforma narrativa que ofrece al mundo una nueva perspectiva para ver Estados Unidos”, señaló Leah Chandler, Chief Marketing Officer de Brand USA. “Apelamos a la nostalgia y la curiosidad, los mismos sentimientos que siempre han atraído a los viajeros a EE.UU. Y está diseñada para escalar, permitiendo a nuestros socios integrarse, colaborar y amplificar nuestro mensaje común a nivel global”.

Además, Brand USA se ha asociado con el Departamento de Transporte de EE.UU. para promover *The Great American Road Trip* entre los viajeros internacionales, con 250 puntos de interés en todo el país.

### **IMPACTO Y CONECTIVIDAD**

Durante el año fiscal 2024, los esfuerzos de marketing de Brand USA generaron 1.6 millones de visitantes internacionales adicionales, casi $6 mil millones en gasto incremental de visitantes y apoyaron cerca de 80,000 empleos estadounidenses. Estas acciones generaron $1.7 mil millones en ingresos fiscales federales, estatales y locales, y contribuyeron con casi $13 mil millones al impacto económico total en el país.

Según el último estudio Omnibus de Brand USA, Estados Unidos sigue siendo el destino número 1 que los viajeros tienen más probabilidades de visitar a nivel mundial en el próximo año entre los mercados encuestados. La intención de viaje internacional ha aumentado mes a mes en mercados clave como Japón, Francia, Corea del Sur y Canadá. Notablemente, México alcanzó su mayor nivel de intención desde enero, mientras que Canadá mostró una mejora por segundo mes consecutivo, revirtiendo una tendencia sostenida de disminución.

En 2025, la conectividad aérea internacional hacia EE.UU. sigue creciendo, con más de 853,000 vuelos directos en 1,683 rutas que conectan 249 ciudades y 262 aeropuertos en el mundo con 84 aeropuertos en 74 ciudades de EE.UU. Algunas rutas destacadas incluyen Orlando-París (Air France), Nashville-Dublín (Aer Lingus) y San Francisco-Adelaida (United). Solo este año, se lanzarán 44 nuevas rutas directas desde 26 países, sumando más de 1.6 millones de asientos adicionales hacia EE.UU.

### **UNA NUEVA ERA PARA LOS VIAJES HACIA ESTADOS UNIDOS**

Brand USA destacó una década transformadora para el turismo hacia EE.UU., caracterizada por grandes eventos globales, aniversarios nacionales y experiencias extraordinarias para los visitantes.

Este mes comienza el impulso con la Copa Mundial de Clubes, seguida por la Ryder Cup en Nueva York, el Super Bowl LX en California y la Copa Mundial de la FIFA en verano de 2026. Para apoyar la planificación, Brand USA publicó itinerarios personalizados que conectan las ciudades sede y los campamentos base de la FIFA con regiones y destinos cercanos.

En 2028 y 2034, EE.UU. recibirá al mundo con los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Verano en Los Ángeles, y los Juegos Olímpicos de Invierno en Salt Lake City, respectivamente. Por primera vez, las Copas Mundiales de Rugby masculino y femenino también se celebrarán en EE.UU., con sedes en distintas ciudades en 2031 y 2033.

Entre los hitos del 2026 también se encuentra el Centenario de la Ruta 66, la carretera más icónica del mundo. A lo largo de ocho estados, desde Illinois hasta California, esta ruta histórica cobrará vida con experiencias conmemorativas que celebran el espíritu del *Great American Road Trip* y las comunidades que lo hacen posible. También en 2026, Estados Unidos conmemorará el 250 aniversario de su independencia con *America 250*, una celebración nacional con eventos, exhibiciones y programas en los 50 estados. Brand USA ha establecido una asociación oficial con la Comisión America250 para apoyar este aniversario histórico.

### **LO NUEVO Y DESTACADO EN 2025 Y 2026**

Estados Unidos presentará hitos renovados, atracciones nuevas y experiencias únicas:

* **Universal Epic Universe**, en Orlando, inaugura una nueva era de entretenimiento temático.
* En 2026 abrirá la segunda sede de **Mattel Adventure Park** en Kansas.
* **MegaZip**, en Pigeon Forge (Tennessee), ofrece adrenalina con la tirolesa más larga de EE.UU.
* **Museum of BBQ**, en Kansas City, celebra esta cocina icónica estadounidense y sus estilos regionales.
* **Dataland**, en Los Ángeles, será el primer museo del mundo dedicado al arte con inteligencia artificial.
* En Bentonville (Arkansas), **The Compton**, un hotel boutique en la plaza histórica del pueblo, combina lujo con acceso a parques, galerías y gastronomía local.

Amantes de la naturaleza podrán recorrer las 34 millas del nuevo **Adirondack Rail Trail**, en Nueva York. El **Spekboom Lodge** del Zoológico de San Antonio ofrecerá experiencias inmersivas con fauna silvestre. Desde experiencias urbanas hasta rurales, pequeñas o grandiosas, EE.UU. redefine lo que significa viajar al país.

Para conocer más sobre Brand USA, visita [TheBrandUSA.com](https://www.thebrandusa.com/) y comienza a planear tu próximo viaje en [AmericaTheBeautiful.com](https://www.americathebeautiful.com/).

### **Acerca de Brand USA**

Brand USA es la organización nacional de promoción de destinos dedicada a fomentar viajes internacionales legítimos hacia Estados Unidos para fortalecer la economía, impulsar las exportaciones, generar empleos de calidad y fomentar la prosperidad comunitaria. A través de campañas basadas en datos y mensajes unificados entre industria y gobierno, posiciona a Estados Unidos como un destino global de primer nivel y proporciona información actualizada sobre visas y requisitos de entrada.

Establecida por la *Travel Promotion Act* en 2010, Brand USA ha logrado atraer 10.3 millones de visitantes adicionales que han gastado casi $35 mil millones en EE.UU., generando $76 mil millones en impacto económico y sosteniendo alrededor de 40,000 empleos anuales. Sin costo para los contribuyentes, estas acciones han generado $10 mil millones en impuestos y han retornado $20 a la economía por cada dólar invertido.