

**El uso de Facebook y Twitter para conocer la imagen
de marca país de Puerto Rico: La Isla Estrella.**

Ivette Soto Vèlez

National University College Online

Abstact

Ante un panorama mundial caracterizado por la crisis económica, se puede ver al turismo como una oportunidad para que países y ciudades generen ingresos, pero para que esto ocurra es necesario promocionar al destino turístico de forma innovadora. Los medios de comunicación tradicionales junto a las redes sociales tienen la tarea de dar a conocer estos destinos. Según López, Del Fierro, Herrera y Díaz (2013) “Las redes sociales aportan posibilidades impresionantes de alcanzar mayor proyección y cobertura universal”. (López, Del Fierro, Herrera y Díaz, página 1). Entre más personas conozcan el destino turístico mayor será su deseo de visitarlo. Esta investigación pretende describir el uso de las redes sociales utilizadas por la Compañía de Turismo de Puerto Rico para dar a conocer al país como destino turístico. Se realizó un análisis de contenido a la cuenta oficial en Facebook y Twitter. El objetivo principal fue descubrir si las redes sociales son utilizadas como una herramienta estratégica para la comunicación turística, fomentando la participación de los públicos interesados en viajar a Puerto Rico. Los resultados indican que la Compañía de Turismo fomenta la comunicación con sus públicos utilizando las redes sociales y usa estrategias innovadoras para llamar la atención del turista potencial.