**Turismo de Canarias presente en el IV Congreso de Turismo Digital en Canarias**

**Su gerente, María Méndez, expuso la transformación que ha sufrido la estrategia de marketing turístico de Islas Canarias para anticiparse a las nuevas motivaciones de los turistas**

El IV Congreso de Turismo Digital de Canarias inaugurado esta mañana en el Museo Elder de Las Palmas de Gran Canaria contó con la participación de representantes institucionales, responsables de empresas turísticas y expertos en este ámbito, que compartieron las últimas tendencias de marketing digital aplicado al turismo. María Méndez, gerente de Promotur Turismo de Canarias, entidad dependiente de la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias, explicó cuáles son los desafíos para la marca Islas Canarias en un entorno cada día más volátil, incierto, complejo y ambiguo.

Según Méndez, “para poder no sólo adaptarnos, sino incluso anticiparnos, hemos tenido que repensar nuestra estrategia de marketing donde la innovación es imprescincible. Estamos iniciando un nuevo camino, una nueva hoja de ruta que nos llevará durante los próximos años hacia el *martech.* Esto nos exige estudiar la complejidad del comportamiento del turista, comprender sus deseos y comunicarnos con él, rastrear los datos y por supuesto, interpretarlos”.

Para la responsable de la promoción de Islas Canarias, hay que ir más allá del conocimiento del cliente, de sus motivaciones, expectativas y hábitos de consumo. “Pero – añadió- también es necesario un conocimiento profundo del mercado, de la competencia y de los motores de cambio de una industria en permanente transformación. Un conocimiento capaz de anticipar tendencias y nuevas motivaciones relevantes basado en la tecnología, el big data y la inteligencia turística”.

En este sentido, María Méndez añadió que “lo que mueve nuestras decisiones son las motivaciones. También cuando hablamos de vacaciones. Por eso, una marca turística como Islas Canarias se debe construir pensando en vínculos más allá del producto y de sus funcionalidades. Anticiparnos y ser capaces de gestionar nuevas motivaciones que puedan convertirse en relevantes resulta imprescindible puesto que las motivaciones de hoy no son las mismas que las de mañana”.

El congreso, organizado por el Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos de Telecomunicación de Canarias (COITTCAN) y la Asociación Canaria de Ingenieros de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (ACITICS), fue el punto de encuentro para poner en común temáticas relacionadas con el entorno de los servicios móviles, las redes sociales, el internet de las cosas, el cloud computing, la geolocalización, la realidad virtual, la realidad aumentada, las agencias de viajes online y las plataformas de intermediación como principales tendencias en el sector.