**Las RRSS, principal canal de comunicación con los turistas que todavía permanecen en las Islas**

* **Cerca de 350 mil turistas y residentes extranjeros en Canarias han sido contactados a través de las redes sociales por Turismo de Canarias**
* **En el exterior, los mensajes de Islas Canarias han alcanzado una audiencia superior a los 5 millones y medio de usuarios únicos**

Las redes sociales se han convertido, en el mejor canal de comunicación en tiempos de crisis. Así, han sido el principal medio de comunicación para los turistas que se encontraban en las Islas cuando se decretó el estado de alarma y, especialmente, desde que se fijó el próximo jueves día 26 como la fecha de cierra de los establecimientos turísticos en toda España. Se estima que el pasado viernes aún continuaban en Canarias aproximadamente 80 mil visitantes. Igualmente, en los mercados de origen, la comunicación informativa de la marca Islas Canarias, una vez suspendida la promoción turística en sentido estricto, ha alcanzado una audiencia superior a los 5 millones y medio de usuarios únicos.

Miles de esos turistas han tenido dificultades para reorganizar el regreso a sus países de origen por las numerosas cancelaciones de vuelos, especialmente aquellos que han viajado de manera independiente (no a través de un turoperador) y ahí el acceso a la información desde las redes sociales ha sido fundamental. Desde Turismo de Islas Canarias, entidad dependiente de la Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, se ha desarrollado una estrategia de comunicación específica para aportar a los turistas información de máximo interés y de utilidad prácticamente en tiempo real a través de un equipo que incluye 11 *community managers* nativos de cada uno de los idiomas utilizados.

Gracias a la tecnología de segmentación que ofrece el entorno online, se ha podido dirigir mensajes en una decena de idiomas (inglés, alemán, italiano, francés, holandés, noruego, sueco, polaco y ruso) exclusivamente a turistas y residentes extranjeros en Canarias para advertirles del próximo cierre de los establecimientos turísticos, poner a su disposición los teléfonos de las distintas embajadas y consulados, informar de nuevos vuelos con plazas disponibles y responder a sus preguntas y solicitudes de ayuda. Cerca de 350 mil personas extranjeras han sido receptoras de al menos alguno de estos mensajes.

Esta estrategia de comunicación en destino se ha visto complementada con distintas acciones hacia el exterior, que han combinado información pura con mensajes dirigidos a mantener la conexión emocional con futuros turistas para cuando la situación se normalice.

Así, se han realizado distintas oleadas de mensajes en Facebook, Instagram, el “Facebook chino” Sina Weibo y en Youtube en 15 países (España peninsular, Reino Unido, Irlanda, Alemania, Austria, Suiza, Italia, Francia, Bélgica, Holanda, Noruega, Suecia, Polonia, Rusia y China) desde antes de la implementación del estado de alarma y en función del avance de la enfermedad en cada caso y de la actualidad que se vivía en las Islas en cada momento. En general, los usuarios de estas plataformas han mostrado un alto grado de conexión con Islas Canarias, realizando miles de comentarios, en su gran mayoría positivos, además de me gusta y mensajes compartidos, con más de 1.250.000 interacciones.

Saludos cordiales,