

---

## Turismo proyecta en Callao espectaculares imágenes de las islas para impactar en más de dos millones de personas

Con mensajes como ‘Por qué Hollywood se enamoró de Canarias’, ‘Cómo se forman las piscinas naturales’, ‘La playa de las dos orillas’ o ‘Cómo se cultiva sobre lava’ se pretende atraer la atención sobre las curiosidades del archipiélago

La acción se enmarca en la campaña de captación de turistas nacionales de cara al verano, que cuenta con una inversión de dos millones de euros y que se centra en experiencias singulares que sólo pueden ser vividas en las islas

**Turismo de Canarias daba esta semana el pistoletazo de salida a la campaña para captar al visitante nacional de cara al verano y lo hacía con una acción de gran notoriedad, al activar la primera de las iniciativas de gran impacto previstas en un entorno prémium, la plaza de Callao, en la capital madrileña.**

Desde el 21 hasta el 29 de mayo, la marca Islas Canarias proyectará su imagen con impactantes audiovisuales que muestran la diversidad del destino, complementados con mensajes que invitan al espectador a descubrir las curiosidades del archipiélago a través de la sincronía de **ocho pantallas digitales gigantes** que confluyen en esta zona.

“Esta acción en Callao se enmarca en la campaña promocional dirigida a atraer a los turistas peninsulares en verano, que basa su propuesta de valor en experiencias singulares que sólo pueden ser vividas en las islas y que cuenta con **una inversión de dos millones de euros**”, explica la consejera de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, Yaiza Castilla.

El objetivo de esta actuación es despertar el interés de las más de dos millones de personas que transitan por esta mítica y céntrica zona de Madrid. Con mensajes como ‘**Por qué Hollywood se enamoró de Canarias**’, ‘Cómo se forman las piscinas naturales’, ‘La playa de las dos orillas’ o ‘Cómo se cultiva sobre lava’ se pretende atraer la atención sobre las curiosidades que protagonizan esta campaña.

A través de estas enigmáticas propuestas, se pretende impulsar el tráfico a la ‘landing page’ [curiosasislas.com](http://curiosasislas.com). Además, con el objetivo de reforzar la capacidad de recuerdo en el potencial turista, esta acción de exteriores se completa con una estrategia de ‘retargeting mobile’, con la que se lleva a la marca Islas Canarias **directamente al dispositivo móvil** de los transeúntes y con la que se pretende lograr una mejora en las ratios de tráfico web de entre 5 y 10 puntos.

“Empleamos **un avanzado sistema tecnológico** que nos permite la identificación anónima de audiencias, a quienes ofrecemos contenidos publicitarios de interés que enriquecen su navegación y permiten una mayor interacción con Islas Canarias. Con ello, conseguimos una experiencia inmersiva total que comienza en el medio exterior y deriva al medio digital”, explica Castilla.