



‘#Yo Soy Tenerife’, la nueva campaña de sensibilización turística de la Isla

El Cabildo busca concienciar a la población local sobre la importancia del turismo para el conjunto de la economía isleña y de los tinerfeños

Tenerife – 05/04/2017. El Cabildo, a través de Turismo de Tenerife, ha lanzado hoy [miércoles 5] una nueva campaña de sensibilización de la población local con el turismo llamada *#Yo Soy Tenerife*. Su objetivo es el de concienciar a los tinerfeños de la importancia que este sector tiene para la economía de la Isla y para todos y cada uno de sus habitantes, a los que incumbe de manera directa o indirecta independientemente de su origen, edad, residencia o condición.

La campaña, que cuenta con un presupuesto de unos 100.000 euros, ha sido presentada esta mañana por el presidente del Cabildo, Carlos Alonso, y el consejero insular de Turismo, Alberto Bernabé, quienes han estado acompañados por 25 niños de Educación Infantil del Colegio Isabel la Católica de Santa Cruz que han recibido ya una formación a través de esta iniciativa por parte de la socióloga Lorena Crusellas.

El presidente del Cabildo ha explicado que la campaña *#Yo soy Tenerife* refleja "un lema, una ilusión y un espíritu" que forman parte de la forma de ser de los tinerfeños desde hace treinta años gracias al turismo, y que ha permitido que los turistas que visitan Tenerife se encuentren con "una isla amable y que está con ellos al cien por cien".

Por su parte, el consejero de Turismo ha destacado que Tenerife no se puede entender sin este sector, pues en la isla "se vive mucho mejor gracias al turismo", un mensaje que esta campaña trata de impregnar en la sociedad de manera permanente", pues el turismo "ya forma parte del ADN" de los tinerfeños.

La campaña tiene como principal objetivo que los habitantes de la Isla conozcan los beneficios que aporta el turismo. Para ello se ha elaborado un decálogo que recoge los aspectos más importantes que tienen que ver con ese sector en la Isla, como por ejemplo, que solo el 3 % del territorio de Tenerife está ocupado por alguna actividad turística; que cada día la Isla ingresa 11 millones de euros por los visitantes que pasan sus vacaciones entre nosotros; o que uno de cada tres impuestos recaudados en la Isla corresponden a la actividad turística.

#Yo Soy Tenerife se verá reforzada con una pieza audiovisual en la que distintos perfiles profesionales de la Isla, desde un barrendero a un enólogo, pasando por una empleada de supermercado a un policía, son importantes para el turismo porque, de una u otra manera, interactúan con el viajero (porque compra en el supermercado o adquiere un vino de Tenerife). Con ello se trata que el tinerfeño se identifique con el turismo, conozca que es importante para sí mismo, y en consecuencia, lo valore y lo cuide. Asimismo, se ha contado con la colaboración del humorista tinerfeño Darío López.



ÁREA DE TURISMO, INTERNACIONALIZACIÓN Y ACCIÓN EXTERIOR

TURISMO

Esta nueva campaña supone una continuación de las que, hasta el momento, se han puesto en marcha con objetivos parecidos. Primero *Tenerife Amable*, luego *Tenerife al Siento x Ciento*, y más recientemente con *Tenerife Buena Gente*. La iniciativa contará con el su propia página web, yosoytenerife.com y con perfiles en redes sociales.

Formación

Uno de los apartados en los que incidirá la campaña *#Yo Soy Tenerife* es la formación a estudiantes de todos los niveles formativos, acciones que se irán desarrollando progresivamente. En esa línea, ya ha comenzado la dirigida a los niños de entre 3 y 6 años, que en su primera fase habrá visitado a una treintena de centros de Educación Infantil de la Isla y llegado a más de 2.000 alumnos.

Esta iniciativa de formación responde precisamente a la estrategia Tenerife 2030 del Cabildo, que pone a disposición de niños y jóvenes las herramientas necesarias para que les ayuden a formarse para que sean capaces de hacer frente a los retos del futuro.

Las sesiones se apoyan en diverso material didáctico, con el que los niños van identificando cada uno de esos lugares y sus principales características, a la vez que se les explica qué significa ser un turista y cómo tratarlos. También se les anima a visitar los distintos recursos turísticos de Tenerife junto a sus familias, para lo que cuentan con diferentes descuentos en las entradas a lugares como el Loro Parque, el Lago Martiánez o el Museo de la Naturaleza y el Hombre, entre otros.

Está previsto que próximamente comience la formación en los centros de enseñanza Primaria y Secundaria de la Isla, en la que tomarán parte los Centros de Iniciativas y Turismo de la Isla.