



NOTA DE PRENSA

El Cabildo y la AECC inician una campaña de sensibilización en el tranvía

El director insular de Movilidad, José Alberto León, detalla que el acuerdo permitirá difundir en las paradas del tranvía la campaña de la Asociación Española Contra el Cáncer 'Tú puedes cambiar #La otra cara de la moneda'

El Cabildo, a través de Metrotenerife, empresa que preside Enrique Arriaga, y la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), formalizaron hoy un convenio de colaboración para promover en las paradas del tranvía la iniciativa de la AECC *Tú puedes cambiar #La otra cara de la moneda* para concienciar sobre la situación de pobreza de muchos pacientes con cáncer.

El director insular de Movilidad, José Alberto León, y el vicepresidente de la Junta Provincial de Santa Cruz de Tenerife de AECC, David Cova, ratificaron este acuerdo que permitirá dar a conocer en el área metropolitana, a través de los soportes publicitarios del tranvía, la campaña de concienciación que la asociación pone en marcha anualmente.

José Alberto León explicó que las acciones y campañas de AECC podrán verse desde hoy en los mupis de 10 paradas del tranvía, así como en las redes sociales del operador del transporte guiado (Facebook, Twitter, Instagram @tranviatenerife), que cuentan con más de 35.000 seguidores. Por otro lado, recordó que "Metrotenerife, a través de su Plan de Responsabilidad Social, viene apoyando desde hace varios años las diversas iniciativas de AECC, al igual que ha hecho con otras asociaciones como Queremos Movernos, Atletas sin Fronteras o Ámate, con el objetivo de dar visibilidad y sensibilizar sobre la realidad de estos colectivos".

Por su parte, David Cova, inició su intervención agradeciendo el apoyo que siempre les ha brindado Metrotenerife para a continuación señalar que la presente campaña está vinculada con la cuestación anual que realiza la asociación y que este año se celebrará el próximo 17 de junio. En ese sentido, subrayó "la importancia de la colaboración ciudadana, mediante la cuestación, para recaudar fondos y seguir trabajando para que los pacientes tengan las mismas oportunidades en el acceso a la detección precoz, diagnóstico y tratamiento".

También asistió a este acto de presentación Tomás Martín, gerente de Publiservic Canarias, empresa que ha colaborado en la gestión del diseño e impresión, así como en la logística de los carteles en diferentes paradas del tranvía de la Línea 1 y la Línea 2.

Esta campaña de concienciación, de un mes de duración, puede llegar a ser vista a diario por más de 6.000 personas entre viajeros, peatones y conductores que pasan por el entorno de las paradas en las que se han instalado.