**Turismo de Canarias reactiva su campaña de concienciación para estar preparados ante la reapertura del destino**

* **Yaiza Castilla afirma que con esta acción se pretende contribuir a que los residentes sean conscientes de la importancia de tener unas cifras aceptables de contagios para atraer a los mercados emisores**

La Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias, a través de Turismo de Islas Canarias, lanza la cuarta oleada de su campaña de concienciación dirigida a la población local insistiendo en la importancia que tiene para la industria turística el respeto de las normas sanitarias y evitar nuevos contagios.

Se trata de una iniciativa que comenzó a desarrollarse en septiembre de 2020 que ha ido lanzando nuevas oleadas según la evolución de la situación epidemiológica en el Archipiélago y que está cofinanciada en un 85% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Tal y como afirma la consejera Yaiza Castilla, “debemos enfocar esta campaña y ponerla en contexto, por lo que la estamos activando ahora cuando esperamos que gracias al buen ritmo de la vacunación vayamos entrando en una fase de normalización de los flujos turísticos durante los próximos meses. Estamos convencidos de que necesitamos este último esfuerzo para mantenernos en unas cifras lo suficientemente aceptables como para que los mercados vean la oportunidad de regresar”. Teniendo en cuenta que muchos países han avanzado en sus planes de vacunación y la demanda latente de intención de viaje sigue creciendo, “insistimos en que depende de todos el que estemos disponibles en materia de seguridad sanitaria, por lo que queremos tomar la iniciativa de la concienciación para afrontar la reapertura turística”.

En esta ocasión, la nueva fase de concienciación llegará a 250 mil residentes canarios, fundamentalmente con edades comprendidas entre los 18 y 29 años que son usuarios de las redes sociales Facebook e Instagram. Tomando como referencia los buenos resultados de las anteriores oleadas de publicidad,.se ha elegido el material que ha demostrado funcionar mejor entre este público joven, como son las microcápsulas sobre lo que significa el efecto mariposa -el no usar la mascarilla, como acción individual, puede desembocar en una crisis económica donde hasta las aerolíneas dejan de volar- o la importancia de seguir siendo líderes de la industria turística. La duración de la campaña será de dos semanas, coincidiendo con los nuevos cambios en el semáforo de contagios que ha establecido el Gobierno y estará activa hasta final de mes.