

Jueves, 24 de septiembre de 2026

El Cabildo se suma a la campaña de abonos del CD Tenerife Femenino en guaguas y tranvías

- Titsa rotula la trasera de dos guaguas con el lema 'La familia que se elige' y difunde la acción en las pantallas de las guaguas de las líneas urbanas e interurbanas
- Metrotenerife publicita la iniciativa en las paradas del tranvía

El Cabildo de Tenerife, a través de Transportes Interurbanos de Tenerife (Titsa) y Metrotenerife, se suma a la campaña de abonos del Club Deportivo Tenerife Femenino para la temporada 2026/2027, que lleva por título 'La familia que se elige'.

A través de los dos operadores de transporte, la institución insular anima una año más a los aficionados a que se conviertan en abonados del equipo de fútbol femenino. Titsa ha rotulado dos guaguas con el lema y creatividad de la campaña y la difundirá en las pantallas de las líneas urbanas e interurbanas, al tiempo que Metrotenerife hará lo propio en las paradas del tranvía y en sus redes sociales.

La presidenta de Metrotenerife y Titsa, Eulalia García; y el vicepresidente del Club Deportivo Tenerife Femenino, Julios Luis Pérez, se dieron cita en la parada Intercambiador de Santa Cruz para poner en valor la línea de colaboración entre las entidades. También estuvo presente la gerente de Titsa, Vicky Padilla.

La consejera insular de Movilidad, Eulalia García, señaló que un año más la institución insular promociona la campaña de abonos del equipo de fútbol aprovechando el alto impacto y visibilidad de ambos servicios de transporte público. "Esta colaboración no solo significa apoyar a un club de la isla para alcanzar sus objetivos deportivos, sino también promocionar la práctica deportiva y el papel de la mujer en el deporte, cada vez más visible y cosechando grandes éxitos", destacó.

Por su parte, el vicepresidente del Club Deportivo Tenerife Femenino, Julio Luis Pérez, señaló que "la difusión de la campaña de abonos a través de estos servicios públicos es fundamental para estar más cerca de nuestra afición y llevar así los valores del club a todos los rincones de la isla". El soporte del Cabildo, a través de Titsa y Metrotenerife, destacó, "nos acerca a miles de personas cada día, por lo que es clave para que nuestro proyecto también pueda continuar creciendo. Estamos profundamente agradecidos por el apoyo".

Titsa emite los vídeos promocionales de la campaña en las pantallas de sus guaguas urbanas e interurbanas y también ha vinilado la trasera de dos



vehículos durante el periodo de vigencia de la campaña de abonados, garantizando así una amplia visibilidad en distintos puntos de la isla. Asimismo, la compañía sortea entradas para algunos partidos a través de sus redes sociales.

En el caso de Metrotenerife, se viene difundiendo en sus mupis la campaña 'La familia que se elige' desde mediados de agosto, además de compartir en sus redes sociales las noticias y partidos del equipo blanquiazul. Como parte de esta colaboración, el Club está cediendo entradas para cada encuentro, que Metrotenerife sortea entre sus seguidores en redes. El convenio contempla también acciones especiales para promocionar los partidos más destacados de la temporada.

GABINETE DE PRENSA

Ecopress Comunicación / Conchi Morales / 690 963 722 conchi@ecopresscomunicaciones.com / comunicacion@metrotenerife.com / www.metrotenerife.com