

lunes 23 de noviembre de 2020

Abubukaka invita a hacer las compras navideñas en La Laguna con seguridad, mascarilla y... a ritmo de merengue

La Concejalía de Comercio presenta el vídeo promocional de la campaña de apoyo al sector comercial del municipio



La Concejalía de Comercio del Ayuntamiento de La Laguna ha presentado este lunes el vídeo promocional de la campaña institucional de apoyo al sector, una propuesta audiovisual del grupo lagunero Abubukaka y dirigida por Vasni Ramos que, a ritmo de merengue, invita a hacer las compras navideñas en el comercio local de los diferentes pueblos y barrios del municipio, con seguridad, mascarilla y mucho sentido del humor. La campaña



comercial de Navidad 2020-2021 comienza hoy y se desarrollará hasta el 5 de enero, bajo el lema *La Navidad en La Laguna es ilusión y esperanza* y la marca

#MiLaguna, una estrategia que ya ha empezado a recorrer el área metropolitana en transporte público.

El vídeo se ha publicado a las 12:00 horas de hoy en distintas plataformas digitales y redes sociales. La concejala de Comercio, Turismo y Desarrollo Local, María José Roca, explica que “para nosotros es importante que este referente canario del humor haya aceptado participar en esta campaña, en la que se han volcado muchas personas de diferentes ámbitos creativos de La Laguna. Abubukaka es ya un símbolo lagunero y, en la medida de lo posible, tenemos que apoyar la cultura y la gran creatividad que tenemos en el municipio, pero este *spot* tiene un valor añadido muy significativo en estos tiempos: reír y olvidarnos, por un momento, de todo lo malo; volvernos cómplices de una comunidad que se une en tiempos complicados, que promueve la solidaridad y, en definitiva, la esperanza”.

Desde Abubukaka, comentan que “no sabemos si este vídeo animará a consumir en los comercios del municipio, pero prometemos que es nuestra intención. Lo que no sabemos es si el mensaje ha quedado claro, quizá debimos haber repetido más la frase 'Compra en La Laguna', por si acaso a alguien no le queda claro. En todo caso, para nosotros ha sido un placer realizar este trabajo, tanto que estamos pensando seriamente dejar el humor y montar una orquesta de merengue. El tiempo dirá...”

El vídeo se incluye en una campaña promocional, de casi mes y medio de duración, marcada por las medidas de control y prevención de la expansión de la pandemia, que han supuesto un reto a la hora de diseñar estrategias de fomento del consumo de cercanía y de apoyo al comercio local. Con la prioridad de la seguridad y la salud de la ciudadanía, este año se ha renunciado a actividades en la vía pública, pero se ha puesto todo el esfuerzo en atraer a los potenciales compradores para mantener vivo un motor esencial del desarrollo del municipio y que puede presumir de varias garantías para el cliente: una de las ofertas más completas y reconocidas de las Islas y una supervisión constante y rigurosa de las medidas sanitarias.

La campaña, que se presentó el 9 de noviembre, cuenta con el eslogan *La Navidad en La Laguna es ilusión y esperanza* y con la marca *#MiLaguna*, que centrará la campaña digital, estará presente en todas las imágenes, irá acompañado del reclamo “Compra local” y aparecerá enmarcada por una sonrisa que promueve los valores positivos del comercio de cercanía.

Al igual que se remarca en el vídeo promocional, con imágenes de diferentes puntos del municipio, esta propuesta también servirá para poner en valor la diversidad de zonas comerciales abiertas de La Laguna, que incluirá la colocación de pegatinas en los comercios de todos los barrios y pueblos con diseños específicos para dar representación a cada zona comercial abierta del municipio: Mi Bajamar, Mi Taco, etcétera.

Una invitación que ya está “en la calle”

La campaña de Navidad se complementa con una potente estrategia de publicidad exterior, que también apuesta por el transporte público para difundir estos mensajes. Cuatro líneas de guaguas circulan ya con la imagen de la campaña por la zona metropolitana, La Cuesta, Taco y la comarca Nordeste. Además, un tranvía viajará durante un mes completamente rotulado con la imagen central de la Campaña de Navidad de este año, lo que supone una superficie publicitaria en movimiento de más de 180 metros cuadrados y permite 1,2 millones de impactos potenciales.

Asimismo, próximamente se distribuirán por distintos comercios de todos los pueblos y barrios del municipio un total de 50 buzones, para que los niños y niñas del municipio puedan dejar en ellos sus cartas a los Reyes Magos y a Papá Noel. Estos elementos miden 1,5 metros de alto y son ecosostenibles, elaborados con vinilos libres de pvc, tintas ecosolubles de látex en base de agua y cartón reciclable.