

viernes 27 de enero de 2023

# Comercio de La Laguna refuerza la recta final de las rebajas con una campaña de experiencias para atraer a potenciales compradores

*La iniciativa se apoya en la marca La Laguna de Colores para promover los valores de sostenibilidad e identidad de los establecimientos de cercanía*



El Área de Comercio de La Laguna ha puesto en marcha una acción de refuerzo y apoyo al sector para dar un nuevo impulso a las rebajas de enero en esta recta final, una campaña diseñada para visibilizar la variada oferta de cercanía de La Laguna ofreciendo una experiencia completa por sus paisajes y gastronomía, y con la que el Área quiere, tras la favorable campaña de Navidad, continuar atrayendo a las y los potenciales clientes a las calles y zonas comerciales de la localidad. Todo, de la mano de una apuesta por los valores de sostenibilidad asociados a la marca local La Laguna de Colores (acrónimo de “comercio local responsable”), que pone en valor la singularidad e identidad del comercio lagunero y que promueve la adaptación del sector a las nuevas

demandas de valores añadidos para que Agüere continúe siendo uno de los principales centros de compras de Canarias.

“El comercio es una actividad económica clave en La Laguna, que emplea a decenas de miles de personas y que se mueve actualmente en un escenario incierto y complejo, con una rápida evolución motivada por cambios en los valores de la demanda y por la creciente concentración y digitalización de la oferta. En este contexto”, explica la concejala de Comercio y Desarrollo Económico, Aitami Bruno, “estamos apostando por acciones y experiencias que transmitan eficazmente la propuesta de valor del municipio y sitúen a La Laguna en la mente de consumidores y consumidoras como un espacio atractivo para las compras, en el que se sientan motivados a participar e interactuar, y con presencia de todos los pueblos y barrios”.

Y para ello, las acciones municipales se apoyan en la marca La Laguna de Colores, diseñada para ofrecer un nuevo discurso sobre el comercio, su objetivo y su impacto dentro del municipio, capaz de comunicar tanto para el tejido empresarial, como para el público de compradores y compradoras de La Laguna. A través del uso de los

eslóganes “Comercio responsable” y “Cree en el comercio que crea”, Comercio de La Laguna quiere vertebrar y visibilizar el impacto positivo de avanzar hacia un modelo resiliente, competitivo, seguro, circular, sostenible, innovador, amable, atractivo, accesible, abierto a la colaboración y auténtico, acompañado de acciones para promover su diferenciación.

Con esta nueva iniciativa promocional de las rebajas, que se ampara en los buenos resultados de las acciones desarrolladas durante la campaña de Navidad, el Área quiere seguir respaldando al sector en una “cuesta de enero” agravada por la inflación, para poner al comercio de cercanía en la mente de potenciales compradores, una recomendación amparada en “nuestro gran tejido comercial al aire libre, que reúne una de las ofertas más completas y reconocidas de las Islas y que se caracteriza por su calidad, seguridad, trato personalizado, diversidad y confianza”, destaca la concejala.

Con el lema “De rebajas por La Laguna”, la campaña recorrerá, desde esta semana, diferentes soportes y redes sociales para poner de relieve las compras en La Laguna como “una experiencia completa, una oportunidad para pasear, degustar la oferta gastronómica local o simplemente tomarse un chocolate caliente al mismo tiempo que se aprovechan los descuentos en la completa, variada y extensa oferta comercial de los pueblos y barrios de La Laguna, que ofrecen todo lo necesario a las y los consumidores, sin necesidad de desplazarse a grandes superficies o de adquirir los productos a través de plataformas *online*”, señala la edil.

Además, la campaña apela a la ciudadanía lagunera y la invita a apoyar a los establecimientos de proximidad, un sector que “da vida a las calles, genera puntos de encuentro y representa la forma de sustento para muchos vecinos y vecinas, que son también nuestras amistades y familiares. Apostar por los productos locales y por el comercio de cercanía no solo representa un consumo más sostenible, sino que también ayuda a revitalizar el tejido económico y social de nuestro entorno.

Y todo ello apoyado en un diseño gráfico ilustrado que llama a la acción y que pone en valor a sus pueblos y barrios. Además de un plan de difusión en redes sociales y de la presencia en diferentes soportes fijos, como mupis, pantallas digitales y vallas del área metropolitana, la campaña también estará presente en las oficinas de Correos del municipio.