

miércoles 24 de noviembre de 2021

El casco histórico se exhibe como un destino de compras y gastronomía de calidad con La Laguna a Pie



Presentación La Laguna a Pie

La Casa de los Capitanes ha acogido hoy la presentación de La Laguna a Pie, una nueva campaña promocional de la Zona Comercial Abierta (ZCA) del casco y que cuenta con el apoyo del Área de Comercio del municipio, dirigida por María José Roca. La iniciativa apuesta por llegar a un segmento de población joven-adulto, interesado en la moda y en la gastronomía, y mostrar, a través de las redes sociales y con el apoyo de la *influencer* Marta Purriños, una Laguna contemporánea, en la que se puede disfrutar del paseo al mismo tiempo que de una oferta comercial y de restauración amplia y de calidad.

La concejala de Comercio, Turismo y Movilidad Sostenible, María José Roca; el presidente de la Asociación La Laguna Zona Comercial, Iván Pérez, y la *influencer* y bloguera Marta Purriños, más conocida en Instagram como “Addict Be Iconic”, han presentado hoy todos los detalles de esta acción promocional, que apuesta por crear una comunidad de La Laguna *lovers* y que cuenta con el premiado director de *fashion films* Cristian Velasco para la realización del vídeo central de la campaña, el cual se complementará con diversos contenidos digitales.

María José Roca explicó que “apoyar toda acción dirigida a la reactivación del comercio local e impulsada por el propio sector es, en estos momentos, un acto de responsabilidad institucional, más aún teniendo en cuenta que hablamos de un sector económico que suma un tercio de las empresas del municipio. La Laguna a Pie es una propuesta muy interesante que, por una parte, permite visibilizar todos los atractivos de la única Ciudad Patrimonio de Canarias, donde la movilidad peatonal, el comercio y la restauración son algunos de los elementos más valorados por las personas que eligen visitarnos. Y, por otra, porque permite segmentar de forma más específica y llegar a grupos de población que no son tenidos en cuenta, de forma tan concreta, en las campañas generalistas”.

“Con La Laguna a Pie, esperamos aprovechar el importante altavoz de las redes sociales y visibilizar la gran oferta de esta ZCA, una de las más importantes de Canarias. Y lo hacemos con el apoyo y la confianza de una destacada *influencer* canaria, que está tan convencida de todas las posibilidades que ofrece el casco, que da la cara para avalar esta propuesta y contribuir a crear una comunidad de La Laguna *lovers*”, destacó Roca.

Asimismo, recordó que, “durante el último año, hemos impulsado un conjunto de medidas de apoyo que, además de casi 3 millones de euros en subvenciones directas, incluyen acciones complementarias y promocionales, todas bajo el paraguas del nuevo Plan Estratégico municipal de Comercio, especialmente diseñado para visibilizar la importante oferta local, impulsar la modernización del sector e incentivar el consumo responsable”.

Iván Pérez explicó que esta primera campaña se desarrollará activamente durante cuatro meses, con contenidos exclusivamente digitales y que quieren aprovechar el importante foro promocional de las redes sociales para concienciar a inversores y clientela de las ventajas de la ciudad, dada su orografía, accesibilidad y su amplísima oferta comercial, cultural y de ocio. Así, empleando el nexo directo que establece el público con las y los *influencers*, busca restablecer el nexo entre comercio físico y consumidor, que ha sido fuertemente dañado durante la pandemia, y generar un sentido de pertenencia y compromiso con la ZCA.

Sostenibilidad

Asimismo, Pérez señaló que La Laguna a Pie continuará desarrollándose en el tiempo con nuevas acciones promocionales y de dinamización, que incluirán concienciación para un uso responsable de la ciudad y la integración con otros proyectos que apuesten por esa línea, como aquellos orientados a fomentar la movilidad sostenible.

Por su parte, Marta Purriños explicó los detalles de esta campaña de marketing digital, con producción y edición de un vídeo promocional principal y varios *reels* de hasta 30 segundos, que contarán historias diferentes en la ciudad, estarán protagonizados por ella y mostrarán “las enormes posibilidades que La Laguna tiene para ofrecer y cómo podemos desarrollar toda nuestra vida en el casco”. Todo, apoyado en una amplia campaña promocional en Instagram, Facebook y Twitter.