

martes 18 de octubre de 2022

La Laguna impulsa su actividad comercial con la puesta en circulación de 1,6 millones de euros a través del Bono Comercio



El Área de Comercio y Desarrollo Económico del Ayuntamiento de La Laguna saca hoy a la venta más de 50.000 unidades del Bono Comercio del municipio, una iniciativa que está desarrollando con la Federación de Áreas Urbanas de Canarias (FAUCA) como entidad colaboradora y que supondrá que los consumidores y consumidoras puedan adquirir bonos de 30 euros abonando solo la mitad, los cuales funcionarán como un monedero digital y que podrán canjear, durante cuatro meses, en diferentes compras, consumiciones y locales de todo el municipio.

Un total de 337 autónomos, pymes y microempresas, casi un 30% más que en la primera se han sumado a la iniciativa, que incorpora comercios, hostelería, restauración, peluquerías, servicios de estética y alojamientos turísticos, y que finalizará el 14 de febrero de 2023, por lo que se podrán usar también durante las campañas de Navidad y San Valentín. Comercio de La Laguna destinará una cuantía total de 800.000 euros para subvencionar estos títulos, que supondrían unos ingresos finales en ventas para el sector de 1,6 millones euros, una de las inversiones municipales de su tipo más altas de Canarias.

El alcalde de La Laguna, Luis Yeray Gutiérrez; la concejala de Comercio y Desarrollo Económico, Aitami Bruno, y el presidente de FAUCA, Abbas Moujir, han presentado hoy todos los detalles de esta segunda edición del Bono Comercio lagunero.

Luis Yeray Gutiérrez insistió en que “el Gobierno de La Laguna tiene un firme compromiso con el sector comercial, por su papel de dinamizador económico y creador de puestos de trabajo, pero también como seña de identidad de nuestro municipio” y destacó que con el Bono Comercio “vamos a facilitar el ahorro a las familias, para que se incremente el consumo en el municipio”.

“La Laguna se precia de tener una de las zonas comerciales más atractivas y competitivas de Canarias. Y lo es gracias a la calidad y variedad de sus productos, y la cualificación de sus profesionales, la cercanía y el trato diferenciado”, aseguró el alcalde, quien se mostró confiado en que esta segunda edición “será un éxito absoluto” y tendrá continuidad en el futuro.

Aitami Bruno recordó que “nos encontramos en un momento en el que la competencia es muy alta y la administración local, en un ejercicio de responsabilidad, tiene que apoyar al comercio de cercanía, fundamental para el empleo y el desarrollo económico local y que representa aproximadamente un tercio de las empresas de

La Laguna. Con esta y otras acciones de gran importancia para el municipio y que les presentaremos muy pronto, como la Noche en Blanco o la campaña de Navidad, queremos dar un apoyo extra al sector, con acciones para incentivar el consumo en el comercio local y seguir atrayendo y manteniendo la atención de potenciales compradores”.

Todo con el objetivo, explicó, de que “La Laguna siga siendo uno de los principales centros de compras de las Islas y garantizar, así, que nuestros comercios, las pequeñas empresas y autónomos, que al fin y al cabo son también nuestros vecinos y vecinas, puedan recuperarse y afrontar un periodo de alta incertidumbre. Porque hacer nuestras compras en el comercio cercano es ayudarnos a seguir generando empleo, a mantener vivas nuestras calles y, por supuesto, a respaldar y seguir avanzando en la estrategia de sostenibilidad social, medioambiental y económica que nos hemos marcado en el municipio”.

La edil destacó que “se han superado las previsiones de inscritos en esta segunda edición del Bono Comercio, con más de 360, y la gran mayoría ha cumplido con los requisitos técnicos, por lo que participarán 337 autónomos, autónomas, pymes y microempresas. Hablamos de una amplia oferta que hace que estos bonos sean muy atractivos y no solo por su precio, ya que permitirán hacer compras o consumir en establecimientos de todo el municipio y entre los que se incluyen comercios, hostelería, restauración, peluquerías, servicios de estética y alojamientos turísticos”.

Asimismo, Aitami Bruno señaló que la segunda edición de este proyecto local, que “se apoya en los buenos resultados y conclusiones obtenidas tras la edición de 2021, amplía también su duración hasta febrero de 2023 y mejora el formato monedero en aplicación móvil, que permitirá un mayor control del saldo”. De hecho, está diseñado para gastar un mismo bono en distintas compras y establecimientos inscritos por todo el municipio e incluso, teniendo en cuenta que el máximo de bonos por persona será de 10, se podrán juntar todos para hacer una compra o consumición de mayor importe. Y otra de las novedades es que se habilitará un espacio de atención a las personas usuarias en la Oficina de Información Turística de la Casa de los Capitanes, además de personal municipal de apoyo para resolver dudas y posibles incidencias.

El presidente de la Federación de Áreas Urbanas de Canarias (FAUCA), Abbas Moujir, quiso “felicitarse y agradecer, tanto al alcalde, como a la Concejalía de Comercio y, en general, al Ayuntamiento de La Laguna, no solamente su trabajo para impulsar la segunda edición de la Campaña de los Bonos Comercio, sino también por el apoyo que a lo largo de la presente legislatura han ofrecido a las pequeñas y medianas empresas del municipio, sobre todo, en una etapa de especial dificultad económica como la que hemos atravesado”.

Asimismo, Moujir subrayó que esta edición de la Campaña de los Bonos Comercio de La Laguna “es la mayor que se ha puesto en marcha hasta el momento en Canarias, poniendo en el mercado 1.600.000 euros que van a servir de apoyo económico a autónomos, pymes y micropymes, así como también va a incentivar el consumo de muchas familias”. Además, ello va a suponer, añadió, “la contratación de personal extra para los próximos meses, por lo que también se va a generar empleo en el municipio”.

Moujir, que resaltó “la importancia de que este año la campaña abarque por primera vez no solo la campaña de Navidad, sino la campaña de rebajas e incluso la de San Valentín, quiso terminar felicitando también por su trabajo al equipo técnico del Ayuntamiento y al equipo de la Asociación de Empresarios La Laguna Zona Comercial (LLZC), con su presidente, Iván Pérez, al frente, sin cuyo trabajo todo esto no hubiera sido posible”.

Por su parte, el presidente de LLZC, Iván Pérez, destacó “la implicación de los pequeños y medianos empresarios de la Zona Comercial para llevar a cabo una campaña que fue todo un éxito el año pasado y con la que, en la presente edición, tenemos previsto superar las expectativas”. Se trata, asevera, “de darle un importante impulso al sector comercial del municipio que, lamentablemente, ha sido uno de los más afectados por la difícil coyuntura económica que hemos estado atravesando y, pese a ello, siguen esforzándose cada día por salir adelante y dar lo mejor de sí a la ciudadanía”.

Cómo comprar los bonos

La iniciativa pone a la venta más de 50.000 bonos, todos a un precio único de 15 euros y con un valor para gastar de 30 euros, y que se pueden adquirir a través de la pasarela de pago segura habilitada en la web de la campaña <https://bonocomerciolalaguna.com> [<https://bonocomerciolalaguna.com/>]. Aquí, además, las personas interesadas podrán consultar todas las condiciones de esta campaña y el listado de establecimientos participantes, que se podrán buscar mediante diferentes filtros, como tipo de comercio o localización, también mediante un mapa georreferenciado.

Cada persona podrá adquirir un máximo de 10 bonos, por lo que la compra se tendrá que hacer identificándose con el DNI, y se pueden usar desde el dispositivo móvil o si, se prefiere, imprimiéndolos en papel. Además, para garantizar que la inversión se distribuye de la mejor manera posible, cada negocio tendrá también una limitación en el número máximo de compras por este método que podrá gestionar.

El valor de cada compra, servicio o consumición se irá descontando del bono hasta agotar la cuantía de 30 euros y la campaña estará vigente hasta el 14 de febrero, sin derecho a devolución de los bonos no consumidos. En ningún caso, se devolverá dinero en efectivo, ni en la compra ni en la posible devolución posterior del producto. Por otra parte, los bonos serán acumulables a la hora de realizar la compra y serán compatibles con otros descuentos que pongan en marcha los comercios.

Los comercios y empresas adheridas deberán registrar los bonos a través de la plataforma, junto al ticket o factura correspondiente a la venta para su liquidación. Tras una comprobación y en un periodo máximo de 20 días, FAUCA abonará al establecimiento el importe correspondiente a los bonos presentados hasta ese momento y mediante transferencia bancaria en el número de cuenta facilitado.

El Bono Comercio de La Laguna cuenta, además de con el apoyo de FAUCA, con los de la Dirección General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias y de la plataforma online Consume Canarias, impulsada por la Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias.

Comercio Local Responsable

Esta iniciativa se enmarca en las acciones de la estrategia local “La Laguna de colores”, acrónimo de “Comercio Local Responsable”, una marca con la que el Área de Comercio busca posicionar a La Laguna y sus barrios como un espacio comercial diferenciado y diverso, en el que conviven autenticidad y tradición, cercanía y compromiso con el entorno, así como una apuesta por la innovación y la sostenibilidad.

El programa se concreta en 6 ejes estratégicos, con los que se quiere fomentar un modelo resiliente, competitivo, seguro, circular, sostenible, innovador, amable, atractivo, accesible, abierto a la colaboración y auténtico, con medidas para preservar la identidad cultural del comercio lagunero y promover su diferenciación.

El plan, que se puso en marcha como respuesta a los efectos de las restricciones sanitarias en el sector, combina medidas a corto, medio y largo plazo. Las primeras incluyen acciones de dinamización de las zonas comerciales del municipio con el fin de atraer demanda, así como ayudas y subvenciones para dar liquidez a los comercios. A medio y largo plazo, el Plan plantea medidas de oferta, orientadas a mejorar la cualificación y la digitalización de los negocios, y medidas de demanda, consistentes en inversiones en infraestructuras y en el acondicionamiento del entorno comercial para mejorar la experiencia de compra.