

jueves 2 de julio de 2020

La Laguna lanza una campaña en redes sociales para animar el consumo en el comercio local

La concejalía que dirige María José Roca llama a la ciudadanía a la acción, mediante mensajes provocadores y un vídeo promocional, para ayudar a combatir los efectos de la crisis en el sector



La Concejalía de Comercio del Ayuntamiento de La Laguna ha lanzado una nueva campaña a través de las redes sociales para animar el consumo en el comercio local como mecanismo de lucha contra la actual crisis económica provocada por el covid-19.

El área dirigida por María José Roca ha tirado de la dinamización en estas plataformas **online** como estrategia singular para acercarse a la ciudadanía con la intención de llamar su atención y generar en ellos una reacción. El resultado de esta iniciativa es un vídeo protagonizado por casi una veintena de comerciantes de La Laguna y, en un segundo plano, por los propios comentarios de usuarios en las redes sociales, en el que se pone de relieve la amplia oferta que brindan las pymes y autónomos de los distintos barrios y pueblos del municipio y la necesidad de apoyarles ante esta situación tan delicada.

“Con esta nueva campaña, desde la Concejalía hemos querido romper con las fórmulas ordinarias para llamar a la ciudadanía a la acción mediante mensajes provocadores que los lleven a realmente a actuar. La finalidad es crear conciencia y que se animen a comprar en los comercios locales de La Laguna, con actividades económicas diversas capaces de responder a todas las necesidades de los consumidores”, resalta María José Roca.

Bajo el eslogan “La Laguna existe”, el vídeo ha comenzado a difundirse desde este miércoles a través de las redes sociales del Ayuntamiento y representa a diferentes núcleos del territorio, como Tejina, Valle de Guerra, Punta del Hidalgo, Bajamar, La Cuesta, Los Majuelos y Taco. En el **spot**, se pone cara a un total de 17 comercios repartidos por distintos puntos del municipio y se muestran respuestas reales a los mensajes provocadores lanzados en redes sociales desde la Concejalía. Entre el 18 de mayo y el 30 de junio, desde el área se publicaron diversas frases retadoras como “lo de fuera es mejor” o “que cierren los comercios locales”, acompañadas de un pequeño subtítulo inclusivo, “con la finalidad de provocar y generar conciencia más allá del simple hecho de trasladar la idea obvia y tremendamente repetitiva de estos últimos meses sobre la importancia de apoyar a esta parte del tejido empresarial”, explica la edil.

Según destaca, “el resultado es ese nuevo vídeo de corta duración con el que pretendemos apoyar al sector para combatir los efectos de la crisis económica junto al resto de acciones que hemos puesto en marcha, como son los más de tres millones de euros en ayudas, y otras iniciativas en las que estamos trabajando, como el plan de choque que se está desarrollando en colaboración con la Universidad de La Laguna”.



“Son muchos los desafíos a los que debemos dar respuesta, dirigiendo nuestras estrategias hacia una economía circular y un fortalecimiento del comercio de proximidad”, concluye María José Roca.

Enlace al vídeo de la campaña: <https://www.facebook.com/watch/?v=275142593549571> [<https://www.facebook.com/watch/?v=275142593549571>]