

lunes 13 de febrero de 2023

'La Laguna te Enamora' promociona el comercio y la restauración local como el mejor lugar de la Isla para celebrar un San Valentín multicolor



La concejala de Comercio y Desarrollo Económico del Ayuntamiento de La Laguna, Aitami Bruno, ha presentado hoy la campaña promocional de San Valentín, con la que el Área quiere contribuir a visibilizar la gran oferta y promociones que ofrecerán, durante estos días, los establecimientos de comercio y restauración y las asociaciones comerciales de todo el municipio. Con el eslogan “La Laguna te Enamora”, esta acción de apoyo al comercio local defiende una celebración inclusiva y diversa del amor y la amistad, en la que se apuesta por el uso de productos biodegradables y reciclados, y que incluirá acciones en redes sociales y el refuerzo del Bono Comercio para convertir las principales calles comerciales de los

pueblos y barrios La Laguna en el mejor lugar para regalar y celebrar un 14 de febrero multicolor.

“Queremos que La Laguna se convierta en el escenario más romántico de Tenerife, en un lugar libre y sin estereotipos y en el que celebrar el amor por quien uno prefiera, ya sea por la o las parejas, por la familia, las amistades, la mascota, un hobby, una profesión, para declararse a su *crush* o, incluso, para demostrar el amor por ese restaurante especial o esa tienda en la que siempre encuentras lo que buscas. Un apoyo, en definitiva, a un comercio de cercanía en el que todo el mundo está representado; un respaldo a comerciantes y restauradores que son también nuestros vecinos y vecinas, y que dan vida a nuestras calles, y que generan empleo y desarrollo económico”, explicó Aitami Bruno.

El 14 de febrero, La Laguna se va a llenar con 7.000 globos multicolores, biodegradables y en forma de corazón, que llevarán el lema de la campaña y la imagen de Comercio de La Laguna, y que incorporarán varillas porta-globo y un *flyer* de papel reciclado con la información de la iniciativa. Para su distribución, se colocarán carpas en las principales zonas comerciales del municipio, concretamente en la plaza Doctor Olivera del casco, junto a la iglesia de La Concepción; en el paseo Werner Rautemberg de Bajamar, en la plaza Ramón J. Figueroa de Valle de Guerra, en la avenida de Los Menceyes de La Cuesta y en la avenida de Los Majuelos, en Taco.

Además, habrá varios *photocalls* con la imagen de la campaña, que estarán adaptados a las personas con movilidad reducida y que se desplacen en silla de ruedas, y las fotos se podrán descargar en las redes del Área de

Comercio de La Laguna. Se ubicarán en la plaza Antonio Mederos Sosa del casco, y junto a las carpas de los globos en Bajamar, Valle de Guerra y Taco. Y, “además de este fondo de imagen, que se suma a los paisajes y patrimonio de nuestro municipio como atractivo extra”, destacó la concejala, “se hará una promoción de la campaña en redes sociales y en espacios de *banner* publicitarios para Adwords, enfocada a residentes y visitantes de Tenerife”.

Bono Comercio

Otro de los aspectos destacados de esta campaña es que acogerá el cierre de la segunda edición del Bono Comercio de La Laguna, que finaliza el día 14 y que se ha ampliado reincorporando a los establecimientos que habían agotado las cuantías asignadas, “un impulso final a la campaña con el que queremos que la subvención municipal permita obtener la mayor y mejor repercusión para el sector”, explicó la edil.

Los consumidores y consumidoras pueden adquirir productos o servicios por valor de hasta 30 euros y pagando solo la mitad, con un sistema que, además, funciona como monedero digital y que permite, con un solo bono y hasta agotar el saldo, hacer diferentes compras en los comercios o establecimientos de restauración adscritos.

Los pocos bonos que aún quedan, se pueden adquirir a través de la pasarela de pago segura habilitada en la web de la campaña, en [bonocomerciolalaguna.com](#). 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.

Un total de 337 autónomos, pymes y microempresas, casi un 30% más que en la primera edición, se han sumado a esta campaña, que incorpora comercios, hostelería, restauración, peluquerías, servicios de estética y alojamientos turísticos. “Desde el Área de Comercio, destinamos una subvención total de 800.000 euros para costear la mitad de estos títulos, que supondrían unos ingresos finales en ventas para el sector de 1,6 millones euros”, recordó Aitami Bruno.

La Laguna de Colores

Esta campaña y otras acciones que el Área está desarrollando bajo el paraguas de la marca “La Laguna de Colores” (acrónimo de comercio local responsable), quieren dar un apoyo extra al sector desde la administración, con acciones para incentivar el consumo en el comercio local y seguir atrayendo y manteniendo la atención de potenciales compradores.

“Tenemos el privilegio de contar con un 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”, afirmó la concejala, quien valoró que “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”.

Bajo esta premisa, “vamos a seguir trabajando y arrojando el hombro porque tenemos una meta clara, que es convertir a La Laguna en el espacio de referencia para las compras en Tenerife. Con una apuesta por el trabajo



constante y continuado para posicionar el conjunto de los barrios y pueblos como un espacio comercial diferenciado y diverso, en el que conviven autenticidad y tradición, cercanía y compromiso con el entorno, así como innovación, apertura al visitante y sostenibilidad social, medioambiental y económica”, manifestó Aitami Bruno.