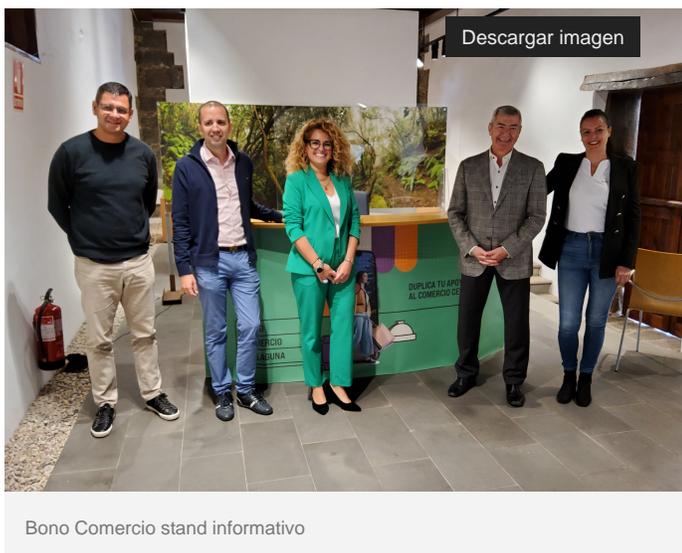


viernes 17 de febrero de 2023

La segunda edición del Bono Comercio de La Laguna supera las expectativas y distribuye más de 1,5 millones de euros en el sector local

Más de 330 autónomos, pymes y microempresas locales han participado en esta campaña de apoyo a los establecimientos de cercanía, subvencionada al 50% por el Área de Comercio



El Área de Comercio del Ayuntamiento de La Laguna y la Federación de Áreas Urbanas de Canarias (FAUCA), como entidad colaboradora, han hecho hoy balance de la segunda edición del Bono Comercio local, una campaña de apoyo a los autónomos, autónomas, microempresas y pymes del municipio, que finalizó este 14 de febrero y que ha superado todas las expectativas, con casi un **sold out** de los títulos disponibles y una repercusión directa en los establecimientos de cercanía que supera los 1,5 millones de euros, la mitad, subvencionados por el Área municipal y con el objetivo de atraer a potenciales compradores a los comercios y establecimientos de restauración de todo el municipio.

Los datos finales revelan que se vendieron un total de 52.024 bonos en la plataforma habilitada para esta iniciativa, los cuales suponen un importe total de 1.560.720 euros, muy cerca de los 1,6 millones contemplados para esta segunda edición. De estos, se canjearon directamente en los comercios títulos por valor de 1.534.325,28 euros, una altísima ejecución que se intuyó ya desde el primer día de puesta a la venta de este Bono en octubre, momento en el que se adquirieron un total de 21.508 unidades, todas por valor de 30 euros para compras y consumos en los establecimientos participantes y donde el comprador abonaba solo la mitad.

A esta segunda edición, se sumaron un total de 337 autónomos, pymes y microempresas de todo el municipio, un 30% más que en la campaña anterior. De estos, 109 establecimientos alcanzaron ya en la primera semana de ventas (del 18 al 25 de octubre) el límite de 4.500 euros fijado inicialmente, lo que supuso una repercusión directa de casi medio millón de euros en apenas siete días. Además, tras la reestructuración desarrollada en las últimas semanas de la iniciativa, con la que se amplió el tope a 5.085 euros para aprovechar al máximo la subvención municipal, conforme a lo establecido en las bases de esta convocatoria, 133 establecimientos alcanzaron dicho límite rápidamente.

Para la concejala de Comercio y Desarrollo Económico de La Laguna, Aitami Bruno, “estos datos confirman el éxito de esta segunda edición y, en definitiva, de una iniciativa con la que hemos podido apoyar a centenares de

pequeñas y medianas empresas del municipio, reforzando una estrategia de desarrollo socioeconómico que abarca todos los distritos y propiciando un impacto muy notable en nuestro programa de respaldo al sector que, además, ha supuesto un importante apoyo para muchas familias de todos los distritos de La Laguna”.

Subvención de 800.000 euros

Financiada al 50% por el Área de Comercio, esta acción se ha convertido en la “subvención empresarial de mayor alcance realizada hasta la fecha en La Laguna”, confirma Aitami Bruno, con una partida municipal de 800.000 euros y con un programa que ha abarcado el periodo de mayor consumo en el año, el de las ventas de Navidad, las rebajas, facilitando la “cuesta de enero”, y San Valentín, todo ello acompañado de diversas acciones promocionales y de dinamización para incentivar el consumo en el comercio local y seguir atrayendo y manteniendo la atención de potenciales compradores.

Y, con el aval de estos buenos datos, la concejala anuncia que “ya estamos trabajando en la tercera edición del Bono Comercio y estudiando la implantación de nuevas mejoras para garantizar los mejores resultados de esta acción de apoyo público al sector, gracias a las sugerencias y aportaciones que nos han ido transmitiendo todas las partes durante los cuatro meses de vigencia de esta segunda campaña”.

Por su parte, el presidente de FAUCA, Abbas Moujir, se ha mostrado satisfecho, “a la luz de los datos obtenidos sobre la repercusión directa de esta segunda edición de la campaña en los establecimientos de cercanía, así como sobre el incremento en la participación del sector con respecto a la edición pasada en más de un 30%, por lo que hemos superado las expectativas”, sostiene.

En este sentido, Moujir subraya que “se trata de una estrategia de desarrollo socioeconómico, que iniciamos como una forma de ayudar a paliar los efectos de la crisis económica en el sector de las pequeñas y medianas empresas del municipio, sustentada en las necesarias sinergias de colaboración entre todos los agentes implicados, tanto por parte del Ayuntamiento de La Laguna, como de la Asociación Empresarial La Laguna Zona Comercial y de FAUCA”.

Por supuesto, añade, “el éxito de la campaña no hubiera sido posible sin la gran aceptación que ha tenido, tanto por parte del empresariado, como de la propia ciudadanía, por lo que esperamos poder dar continuidad a esta iniciativa que supone un incentivo importante para el desarrollo del tejido económico del municipio y que, además, contribuye a dar visibilidad a sus pequeñas y medianas empresas, así como a la fidelización de los clientes, al tiempo que supone un impulso al consumo para las economías familiares”.

Asimismo, el presidente de la Asociación La Laguna Zona Comercial, Iván Pérez, destaca “el éxito de la campaña de los Bonos Comercio de La Laguna como una medida que contribuye a que la oferta diferenciada y de calidad del comercio tradicional y de cercanía, así como del sector de la restauración de nuestra Zona Comercial Abierta, esté cada vez más presente en la intención de consumo de la ciudadanía, atrayendo también la atención de potenciales clientes”. Todo ello, agrega, supone “un impacto notable en la actividad económica del municipio, ayudando a que las pequeñas y medianas empresas reciban un impulso que contribuya a respaldar el esfuerzo que realizan diariamente para seguir mejorando su oferta y consolidándose como una de las Zonas Comerciales de referencia en Canarias”.

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.

Esta iniciativa se enmarca, además, 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.