

viernes 24 de enero de 2025

# La Laguna capta la atención en el corazón de Madrid con una acción de street marketing

*“Hemos querido ir más allá de una campaña promocional tradicional y conectar emocionalmente con el público” explica Estefanía Díaz, concejala de Turismo de La Laguna*



El municipio de La Laguna ha destacado en FITUR 2025 gracias a una innovadora acción de street marketing en el centro de Madrid, que puso en valor sus riquezas patrimoniales y naturales ante un público internacional. Bajo el lema “La Laguna por Descubrir”, el municipio presentó una propuesta original que combina arte, cultura y sostenibilidad para captar la atención de visitantes interesados en experiencias turísticas únicas y de calidad.

La iniciativa principal consistió en la creación de retratos personalizados en acuarela, realizados por una artista, que incluían como fondo algunos de los rincones más

emblemáticos de La Laguna, como su casco histórico, la comarca nordeste, su parte urbana y los parajes de Anaga.

Cada retrato iba acompañado de una postal con un poema o una décima que invitaba a descubrir el municipio en persona. “Queríamos ir más allá de una campaña promocional tradicional y conectar emocionalmente con el público, ofreciendo algo memorable y representativo de nuestra esencia”, explicó Estefanía Díaz, concejala de Turismo de La Laguna.

## Una campaña que rompe moldes

La acción, que también se replicó a menor escala en el recinto de IFEMA durante la feria, responde a una estrategia más amplia para posicionar a La Laguna como un referente en turismo cultural y sostenible. Díaz destacó que “la propuesta no solo busca atraer más turistas, sino fidelizar al visitante que valora las experiencias auténticas, la conexión con la cultura local y el respeto por el entorno”.

En línea con esta estrategia, La Laguna promueve productos turísticos clave que resaltan la riqueza monumental de su casco histórico –único en Canarias reconocido como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO–, su oferta gastronómica de kilómetro cero, y las actividades en enclaves naturales de gran valor como el Parque Rural de Anaga y la Comarca nordeste.

## Impulso internacional con la RMDTRE

En el marco de FITUR, también se ha formalizado la adhesión del CIT Nordeste, en el que está integrado La Laguna, a la Red Mundial de Destinos de Turismo Religioso y Espiritual (RMDTRE).

Este reconocimiento refuerza su apuesta por un turismo que combina tradición, diversidad cultural y espiritualidad. “Integrarnos en esta red, a través del CIT Nordeste, nos permite dar un paso más en nuestra estrategia para consolidarnos como un destino de referencia internacional, no solo por nuestro patrimonio, sino también por nuestra capacidad de innovar y conectar con un público exigente”, señaló la concejala.

El sello distintivo de la RMDTRE aportará mayor visibilidad a las festividades religiosas de La Laguna y al atractivo de su arquitectura histórica, atrayendo a turistas que buscan experiencias espirituales únicas en un entorno de gran autenticidad.

Díaz subrayó que “la estrategia no se limita a aumentar el número de visitantes, sino a garantizar que el turismo beneficie tanto a quienes nos visitan como a nuestra comunidad local”. En este sentido, el municipio continuará implementando acciones que promuevan la preservación de su rico patrimonio y su entorno natural.

En ese sentido, y como única ciudad Patrimonio Mundial de la Humanidad de Canarias, Estefanía Díaz participó en la reunión extraordinaria de la Comisión Ejecutiva del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España, donde se debatieron los proyectos para el presente ejercicio y la aprobación de la financiación para ejecutarlos.

Entre los temas principales, se acordó solicitar al ministro de Turismo, Jordi Hereu, que las 15 ciudades cuenten con un Parador, infraestructura de la que La Laguna, junto con otras dos ciudades, aún no cuenta en su red de establecimientos, una demanda que ya había sido planteada por el alcalde, Luis Yeray Gutiérrez, tanto directamente como desde la presidencia de las Ciudades Patrimonio, que ostentó hasta el pasado 31 de diciembre.

Con iniciativas como estas, La Laguna refuerza su posicionamiento como un destino único en el panorama turístico nacional e internacional, demostrando que la innovación y la autenticidad pueden ser los mejores aliados para captar la atención y el corazón de los visitantes.