

martes 29 de enero de 2013

LA FOE CREE QUE LA CAMPAÑA 'QUE SEA DE HUELVA' FAVORECERÁ A LAS EMPRESAS ONUBENSES



[Descargar imagen](#)

Pide a las empresas que se impliquen en esta iniciativa mediante incentivos que estimulen el consumo

El presidente de la Diputación de Huelva, Ignacio Caraballo, ha mantenido una reunión con el presidente del Consejo de Turismo de la FOE, Manuel Barranco, con el secretario general, Rafael Ávila, y otros miembros de esta organización, con el objeto de dar a conocer la campaña puesta en marcha por la

Diputación de Huelva para promover el consumo por parte de los onubenses e incentivar así la economía provincial.

Rafael Ávila, secretario general de la FOE, ha mostrado una valoración positiva desde la junta directiva de la organización respecto a la iniciativa que la Diputación de Huelva ha puesto en marcha con esta campaña de promoción del consumo interno. En palabras de Ávila, “una de las causas que está castigando la economía actualmente y, por consiguiente, la marcha de empresas, es la caída del consumo interno de las familias”. Según Ávila “Desde la FOE consideramos que este esfuerzo que está realizando la Diputación de Huelva por promover el consumo propio ante ciudadanos y consumidores de Huelva va en una buena dirección para que las empresas de Huelva, con estas colaboraciones y con la ayuda de todos puedan ir saliendo de esta crisis poco a poco”.

El secretario general de la FOE ha hecho un llamamiento a los empresarios de los sectores agroalimentarios, turísticos y de Servicios para que apoyen esta campaña orquestada por la Diputación de Huelva, ofreciendo incentivos que estimulen el consumo.

Bajo el lema ‘Que sea de Huelva’ y con un corazón azul como logotipo, el presidente de la Diputación, Ignacio Caraballo, ha dado a conocer a los miembros de la FOE los detalles de esta campaña, cuyo objetivo es concienciar a los onubenses de que consumir servicios o productos de nuestra provincia “no sólo es bueno por la satisfacción personal que nos produce su calidad, sino que repercute en el bien común, en toda la provincia”.

El concepto juega con dos ideas, ‘Elige con la cabeza, compra con el corazón’: con la primera sabemos que es de la mejor calidad y nos inspira confianza; comprando con el corazón sabemos que ayudamos a personas de nuestra provincia a generar empleo, a sostener a familias, y a beneficiamos directa e indirectamente.

Carballo ha explicado a los miembros de la FOE que la campaña, que contará con un presupuesto de 400.000 euros, es "cien por cien onubense", realizada y desarrollada por empresas de la provincia. Según ha indicado, se trata de "un mensaje claro y explícito, que quiere llegar al público en general, interpretado por actores que representan a gente de la calle para que los ciudadanos se sientan identificados" con el fin de trasladar "un mensaje positivo e inyectar ilusión a todo el mundo". Todo para que, según el presidente de la Diputación, los consumidores onubenses "disfruten de los productos de Huelva, contribuyendo a promover la economía y al mantenimiento de las empresas onubenses, ya que a pesar de la crisis, en Huelva se produce muy bien y con mucha calidad".