



RIBERA ALTA DEL EBRO

La feria comercial Expo-Pinseque supera las expectativas de ventas en su primera edición

El salón, que contaba con medio centenar de expositores, cerró anoche sus puertas tras recibir unas 10.000 visitas

ZARAGOZA. Pasillos llenos de gente y -lo que se antoja más importante- gente cargada de bolsas. Este es el balance de la primera edición de la feria de Expo Pinseque y Ribera Alta del Ebro, que anoche cerró sus puertas después de tres días de intensa actividad. «Además de la afluencia, lo que se agradece es que los expositores han quedado muy contentos porque se han cumplido sus expectativas de ventas», explicaba ayer Manuel Sanz, técnico de la empresa Eventos (organizadora del certamen), al tiempo que leía las encuestas de satisfacción que habían distribuido. «Es complicado hacer una feria en estas fechas porque nos podemos encontrar con una ola de frío como la vivida el fin de semana. Sin embargo, es un modo de singularizarse dado que hay muchos salones entre mayo y septiembre y, además, las bajas temperaturas no han impedido que las familias se acercaran casi de forma masiva», continuaba Sanz.

Lo único que sí deslució el desahogado tiempo fueron algunas de las actividades que iban a celebrarse en el exterior (los paseos en pony, por ejemplo) pero aún así sí pudo asistirse a una exhibición de vehículos dirigidos por radiocontrol o disfrutar con las competiciones con escopetas de láser.

La feria, que tuvo lugar en el pabellón Ángel Calvo de Pinseque, cumplió con la misión de convertirse -desde su primera edición- en el escaparate comercial más importante de la comarca de la Ribera Alta del Ebro. Con más de 1.500 metros cuadrados de superficie expositiva para la promoción y venta y la participación de 50 expositores, en la muestra tuvieron representación un importante número de sectores como la alimentación



Uno de los cincuenta puestos que se distribuyeron en el pabellón Ángel Calvo de Pinseque. HERALDO

y bebidas -acaso el sector estrella-, la promoción inmobiliaria, el hogar y menaje, la moda y complementos, los electrodomésticos, la artesanía... También hubo 'stands' dedicados al Medio Ambiente -como los consagrados a las energías renovables o la depuración de aguas- y otros con artículos de regalo (joyería y perfumería, esencialmente), que trataron de echar mano del reclamo de la venidera festividad de San Valentín.

Autofinanciación

Expo-Pinseque también logró otro objetivo no menor -sobre todo para las arcas municipales en la actual coyuntura de crisis económica- como es la autofinanciación. Este escaparate comercial tiene un presupuesto de 30.000 euros pero no cuenta con subvenciones y son los propios expositores los que pagan un precio por los metros cuadrados de sus puestos. Además, la entrada es gratuita por lo que su éxito depende en gran medida de la afluencia y de que el público sea 'comprador'. Parece que los veci-

EL DATO

1.500

La muestra, celebrada durante tres días en el pabellón Ángel Calvo, contaba con 50 'stands' y 1.500 metros cuadrados de superficie expositiva.

AL DETALLE

Convivencia. Juan Luis Melús, alcalde de Pinseque, confía en asentar esta feria y que se convierta «en una jornada de convivencia» para los municipios de la zona, ya que es el primer certamen que se desarrollará a nivel comarcal. Además, las degustaciones de alimentos, la animación infantil y los sorteos han servido de reclamo para las familias.

nos de Pinseque y los 'foranos' llegados de Zaragoza y de otras comarcas limítrofes se rascaron el bolsillo estos días en el pabellón Ángel Calvo, donde algunos de los visitantes se preguntaban si la feria tendría continuidad y si el año que viene volvería a celebrarse en el mismo recinto. Todo apunta a que así será, dado que tanto la presidenta de la Comisión de Cultura de la DPZ, Inmaculada de Francisco, como el alcalde de Pinseque, Juan Luis Melús, se mostraban encantados con cómo había transcurrido el fin de semana. Recordaban además que, en momentos de crisis, se requieren «elementos que ayuden a vender» y una feria es después de la venta directa, la segunda fuerza de la que dispone un negocio.

«Una de las claves ha sido situar la feria cerca de Zaragoza», decían los organizadores, que se mostraban convencidos de que, si hubiera hecho buen tiempo, el llenazo habría sido total y se habrían alcanzado las 15.000 visitas.

C. PERIBÁÑEZ