

Expo-Guadalajara tendrá un menor coste para el empresario

El empresario participante en esta nueva edición, se ahorrará un 70% con respecto al año pasado. Los stand tendrán una media de 12 metros y un coste de 360 euros. La feria de este año tendrá lugar en el Palacio Multiusos de Guadalajara, situado en Aguas Vivas

Marta Sanz / Guadalajara

Los próximos 22, 23 y 24 de octubre, tendrá lugar una nueva edición de Expo Guadalajara 2010, una feria que, como explicó el presidente de la Comisión de Ferias de la Cámara de Comercio, Pedro Hernández Berbería, “se va a reinventar a sí misma”. El principio del cambio es la fecha, octubre, la ubicación, el Palacio Multiusos de Guadalajara y la modali-

Las ferias son el mejor escaparate que tienen las empresas para mostrar sus productos y servicios a los clientes, proveedores y futuros compradores

dad, vuelve a ser una multi-sectorial.

Una feria que Ángel Escribano, presidente de la Federación de Asociaciones y PYMES y Autónomos de la Provincia de Guadalajara (FEDECO), es importante para “la promoción de los productos”, a lo que añade “al final, el objetivo principal de una feria es vender, promocionar y dar publicidad a la empresa que acude al evento”. Un evento que considera importante para el comercio de la provincia de Guadalajara, pues lo ve como “una alternativa para contactar con clientes y proveedores”. Pues al final una feria, además de para fidelizar al consumidor se utiliza para conseguir clientes nuevos o mostrar un nuevo producto o servicio a los clientes habituales. Por su parte, Hernández Berbería recordaba como



En la presentación de Expo-Guadalajara 2010 estuvo presente Agustín de Grandes, presidente de CEOE-CEPYME Guadalajara./ Marta Sanz

las ferias han existido siempre, “las hacían ya los gremios para darse a conocer”, y considera las actuales ferias como “el mejor vehículo para enseñar un producto al gran público”, a lo que añadió “al final una feria es una gran publicidad para las empresas que acuden a ella. Pues éstas lo que hacen es reinventar el marketing, donde el cliente puede ver las características del producto de primera mano”

Expo-Guadalajara

Con el slogan “Al mal tiempo buena cara”, empieza una nueva época para Expo-Guadalajara 2010. Un tiempo de cambios donde la mayor feria de Guadalajara se “reinventa”, como explicó durante su presentación Pedro Hernández Berbería, presidente de la Comisión de Ferias de la Cámara de Comercio. Uno de estos cambios es el hecho de que, en esta edición, se va a tener “unos medios económicos más ajustados a la realidad”, explicaba Hernández Berbería.

Otra de las novedades será que, cada día habrá dos espacios para promocionar cada una de las diferentes comarcas de la provincia, así, en tres días, habrá seis espacios, el primero para la presentación oficial y los

Las comarcas de la provincia serán protagonistas de Expo-Guadalajara 2010

otros cinco, en horario de mañana y tarde, para las cinco comarcas, donde el folklore y las tradiciones serán los protagonistas. Otro aspecto que el presidente de la Comisión de Ferias de la Cámara de Comercio quiso destacar fue el de los precios de los stands, “han bajado considerablemente”, a lo que siguió diciendo, “en esta edición, un stand de 12 metros costará 360 euros”, lo que desde la organización consideran un tamaño “muy digno para el 90% de los comercios”. Además, hay que destacar, como ex-

plícó Berbería, que con estos precios “el empresario se está ahorrando un 70% con respecto al año pasado”. Pues sale a unos 30 euros/metro cuadrado, mientras que el año pasado, como especificó Hernández Berbería “fueron unos 90 euros/metro cuadrado”.

Ante las previsiones, la organización espera llegar a los 100 stands, pero todavía se están cerrando las inscripciones, por lo que a lo largo de los próximos días se conocerá el número exacto de los participantes. Unos empresarios que, además de disponer del espacio interior del Palacio Multiusos, decido para el evento por el Ayuntamiento, dispondrán de un espacio exterior para aquellas empresas con productos de gran volumen como la maquinaria o los vehículos.

Sectores

Para esta edición, Expo-Guadalajara 2010, como atestiguó el representante de la Cámara de Comercio “hay cabida para todos los

sectores”, así, durante los días 22,23 y 24 de octubre se podrán encontrar stands de alimentación, coches, bienestar y ocio, belleza, construcción, nuevas tecnologías, seguridad, financiero o turismo, entre otros.



La nueva ubicación dará más espacio a los expositores./E. de G.

Una feria que también crece en extensión, pues se han pasado de los 1.500 metros a los 2.500 metros cubiertos de este año, que sumándoles los metros exteriores disponibles, en esta edición, Expo-Guadalajara 2010 contará con una superficie de unos 5.000 metros, entre cubiertos y los exteriores.

Una feria que cuenta con la colaboración de instituciones como CEOE-CEPYME Guadalajara, el Ayuntamiento de Guadalajara, la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y la Diputación Provincial de Guadalajara y que para esta edición tiene un presupuesto seis veces inferior al del año pasado, una de estas causas, como explica el presidente de la Comisión de Ferias de la Cámara de Comercio, “es porque el espacio es cedido por el Ayuntamiento de manera gratuita, lo que nos ahorramos un coste muy elevado”.

Habrà más espacio para los expositores tanto interiores como exteriores

Una feria que, desde la organización, espera sea del agrado de todos, expositores y ciudadanos y que Expo-Guadalajara se consolide como un punto de encuentro de los productos y servicios de la provincia de Guadalajara.