

La Cámara se transforma en escaparate del comercio más local

Un mercado con 25 pequeños negocios en la sede de la institución da el pistoletazo de salida a la programación de su 140 aniversario



Éxito de público en el primer Cámara Market, que reunió ayer en Zaragoza a 25 emprendedores. C. I.

El público zaragozano respondió ayer a la llamada de Cámara Market y demostró, una vez más, que apuesta por las marcas de proximidad y los productos hechos en casa. Cientos de personas de todas las edades se acercaron a descubrir los 25 comercios y proyectos locales que se exhibieron en la sede de la institución en el primer acto de su 140 aniversario. Sobre los stands, productos gastronómicos, cerámica, algunos collages, bisutería, textiles de lo más variados... todo ello con un nexo de unión: productos originales, únicos, hechos a mano

y creados por aragoneses. «Lo vimos por redes y no nos lo pensamos. Venir a un edificio tan bonito y poder disfrutar de las creaciones de gente de casa», afirmaba Cristina Palacín, acompañada de sus dos hijas, Telma y Claudia.

«En la mañana hemos superado el millar de visitantes, una locura», explicaba Elena Nazareth, directora de Competitividad, Innovación y Digitalización de la Cámara de Comercio y responsable de coordinar esta primera edición de Cámara Market. «Con esta acogida tan brutal vamos a tener que repetirlo», añadía.

Detrás de cada puesto había una historia. Artesanos y pequeños emprendedores que han convertido una habilidad, afición, idea o incluso un sueño en su forma de vida, y que encuentran en citas como esta la oportunidad de mostrar su trabajo más allá de su entorno habitual. Entre ellos se encontraba Pilar Mesones, fundadora de Una Oca Loca, un proyecto ubicado en la calle de San Pablo de la capital aragonesa especializado en reciclaje textil. «Para mí, es un lujo poder visitar este mercado y dar a conocer mis productos en un barrio diferente a las zonas por las

que suelo moverme», admitía. Ana Pilar Arbiel (26), creadora junto a Paula Martínez de Makila Handmade, marca de bolsos y accesorios artesanales que apenas lleva unos meses de recorrido, compartía mesa con su pareja, Álvaro Martínez (24), cofundador junto a Víctor Artal de Boreless Nation, una marca aragonesa de «calzoncillos con actitud».

Ella llegó al mundo de la artesanía por casualidad, con los preparativos de la boda de su socia. «Yo no tenía ni idea de coser, pero para su enlace preparamos unos capazos y la gente nos empezó a pe-

dir que les hiciéramos uno», recordaba, entre risas. «Nosotros –comentaba Álvaro a su lado– empezamos a vender en agosto, queríamos crear una marca de ropa interior para hombre con diseños divertidos que acompañen según el estado de ánimo de cada día».

A pesar de sentir que apenas dan los primeros pasos de sendos proyectos, ambos confesaban que no les importaría tener, algún día, sus propios negocios. «Lo estamos viviendo como una experiencia vital, a ver hasta dónde nos lleva todo esto», concluía ella.

C. IVARS