

EL PATRONATO DE INTERESES PROVINCIALES LLEVA A CABO
UNA IMPORTANTE LABOR DE PROMOCION ECONOMICA DE CIUDAD REAL

también está resuelto, y un buen clima para invertir, en una zona como es ésta, cercana a Madrid y Andalucía».

Precisamente la Diputación, a través del Patronato de Intereses Provinciales, en el que también se integran Ayuntamiento, Junta de Comunidades, Confederación de Empresarios, Cámara de Comercio, Asaja y las Cajas Castilla-La Mancha y Rural, está llevando a cabo una importante labor a la hora de promocionar, a nivel nacional e internacional, diversos aspectos relacionados con la economía de Ciudad Real. «El Patronato de Intereses Provinciales (PIT) —comenta Ureña— es heredero de la Semana de la Provincia, que se viene desarrollando desde el 84. En el 87 dimos un paso hacia adelante, haciéndola más profesional y en el 89 creamos el PIT. Su objetivo, como su nombre indica, es la promoción de los intereses provinciales, de tal manera que facilita ayuda a los empresarios para hacerles estudios, prospección de mercados, ver de dónde pueden obtener financiación...». Otra de las tareas fundamentales del Patronato «es la promoción directa de productos genuinamente de nuestra tierra, como el vino, en general la industria agroalimentaria, la berenjena, el queso...».

Hasta el momento, según el Presidente de la Diputación, los resultados han sido altamente positivos, «ya que el principal reto con el que se encontraban nuestros empresarios, con un producto de calidad que tienen y con un precio competitivo era, sencillamente, romper el hielo de poder salir al exterior, porque nunca habían contado con ese empuje para poderlo hacer».

En lo que se refiere al aspecto comercial, Ciudad Real cuenta desde hace tiempo con dos hipermercados en funcionamiento que, en palabras del presidente de la Cámara de Comercio, Juan Antonio León Triviño, «se han integrado en la estructura comercial. Los pequeños comerciantes se han visto perjudicados, pero han sabido responder bien, haciendo su propia campaña y especializándose en temas concretos». Lo cierto es que en numerosos escaparates de la zona centro de la capital se lee el eslogan «Acércate al pequeño comercio», que responde a una campaña auspiciada en 1994 por la Cámara de Comercio. Angel Barragán, propietario de una



Hace escasos días se presentó en la capital la Asociación de Jóvenes Empresarios de Ciudad Real



A decir de Juan Antonio León Triviño, los hipermercados se han integrado en la estructura comercial.

floristería en las inmediaciones de la Plaza Mayor, asegura que «en los pequeños comercios a la gente se le atiende mejor, recibe más explicaciones de los artículos y todo tipo de detalles. Hemos notado bastante la competencia producida por la instalación de las grandes superficies comerciales, porque, claro, tocan toda cla-

se de artículos».

Esta opinión viene ratificada por Marcelino Félix, de Comisiones Obreras, quien asegura que los hipermercados han venido a perjudicar la situación laboral de tiendas de menor entidad. «Hay una repercusión, a largo y a medio plazo, de pérdida continua de puestos de trabajo en el pequeño comer-

cio».

A estas alturas, nadie puede negar que la economía de Ciudad Real está viva. Buena prueba de ello es la recientemente creada Asociación de Jóvenes Empresarios, que nace con el objetivo de fomentar la juventud empresarial y la creación de vocaciones empresariales. A la aparición de nuevas

«pymes» también contribuirá la Junta de Comunidades, a través del programa destinado específicamente a cumplir tal objetivo y que, según el Director General de Desarrollo Industrial, Fernando Sánchez Bódalo, incluirá durante los próximos años inversiones superiores a los 25.000 millones de pesetas en toda la región.