



JOSE BONO MARTINEZ
Presidente de la Junta de
Comunidades de Castilla-La Mancha

DISTRIBUCION COMERCIAL EN CASTILLA-LA MANCHA

El presente año de 1994 se inició con la salida a la palestra del tema de los horarios comerciales, asunto polémico y ampliamente debatido que no es sino un aspecto de un fenómeno más amplio: los profundos cambios que se están produciendo en los hábitos de consumo, la competencia creciente entre el comercio tradicional y las grandes superficies de distribución, y la aparición de nuevas fórmulas de venta que cambiarán a corto plazo un panorama que había permanecido estable durante años.

Alrededor de 60.000 castellano-manchegos, el 12% de la población ocupada, trabaja en el sector comercial, cifras que por

sí solas dan una idea de la enorme importancia de esta actividad en la economía regional.

Un acercamiento a la distribución comercial en Castilla-La Mancha debe partir de algunas consideraciones generales que marcan la actividad económica de la región y, por supuesto, el comercio interior castellano-manchego. En primer lugar, Castilla-La Mancha tiene una enorme extensión –80.000 kilómetros cuadrados– y una población cercana a 1.700.000 habitantes, por lo que registra la menor densidad de población del país –21 habitantes por kilómetro cuadrado–. Asimismo, es importante destacar que tan solo seis localidades superan los 50.000 habitantes.

Estas circunstancias, junto a la vecindad de la Comunidad de Madrid y la Comunidad Valenciana, importantes polos de atracción comercial, explican parcialmente la escasa presencia por el momento de grandes superficies de distribución en nuestra Comunidad.

La importancia del sector comercial en la región queda también reflejada por el hecho de representar el 11% de la economía regional. Su peso económico ha movido a la administración regional a poner en marcha diversos programas de apoyo para la modernización y ordenación del sector.

Ahora, el Gobierno regional va a iniciar un programa más ambicioso dirigido a mejorar la competitividad de nuestras empresas, que incidirá principalmente en la

modernización de sus instalaciones, así como en la promoción del asociacionismo o agrupación de empresas para que adquieran la dimensión necesaria que incremente su capacidad de competir.

Otro de los elementos fundamentales y pieza clave para el desarrollo del sector es la formación, como factor relevante para el desarrollo económico y social. En este sentido, la administración autonómica ha incrementado considerablemente la inversión –cofinanciada por el Fondo Social Europeo– destinada a apoyar las iniciativas y acciones, tanto públicas como privadas, para favorecer la adaptación de los trabajadores a las nuevas necesidades del mercado.

Además, en Castilla-La Mancha está en marcha desde hace años el Programa de Equipamientos Comerciales de Carácter Social, en colaboración con las corporaciones locales, y cuyo objetivo fundamental es mejorar la infraestructura comercial de los pueblos de Castilla-La Mancha.

Es importante destacar que en la actualidad el sector comercial en Castilla-La Mancha y en todo el país está viviendo una etapa transitoria, a la espera de la anunciada Ley de Comercio que el Gobierno central quiere poner en marcha a principios del próximo año.

Con el objetivo final de proteger en este período al pequeño comercio tradicional, la administración central facultó a las Comunidades Autónomas para regular y limitar los horarios de apertura de los comercios. Tras numerosas conversaciones con todos los agentes económicos y sociales afectados, la administración regional fijó un criterio restrictivo. Pero no conviene olvidar que la tendencia general en todos los países de nuestro entorno es la liberalización creciente de la actividad comercial y, en general, de todo el sector de los servicios.

De este modo, el pequeño comercio de Castilla-La Mancha dispone de un plazo, que me atrevería a calificar de breve, para adecuarse a las nuevas circunstancias del mercado y a los hábitos de los consumidores, un proceso de modernización en el que la especialización y el asociacionismo pueden ser dos caminos a seguir.

En un futuro cercano, es previsible una evolución positiva del sector comercial en la región debido al potencial de crecimiento de determinadas formas de distribución, así como a causa del menor desarrollo que el sector servicios tiene en la región en comparación con la media nacional.

La administración regional seguirá apoyando al pequeño comercio tradicional en el mencionado proceso de modernización, que se presenta imprescindible para poder sobrevivir en un mercado cada día más competitivo. Competencia creciente en la que todos deben encontrar un hueco, ofreciendo el mejor servicio del que se beneficiará un consumidor cada vez más exigente.