

Presentación

Pedro Mejía Gómez*

Probablemente para muchos, Castilla-La Mancha no tenga la tradición en la apertura al exterior de otras comunidades autónomas, y puede que el «tópico» sitúe su especialización y competitividad sólo en el sector agroalimentario. Sin embargo, nada más lejos de la realidad. En estos últimos diez años, precisamente los que cumple nuestra Dirección Territorial de Comercio en la región, se ha podido constatar el enorme esfuerzo desplegado por las empresas de la región por abrirse camino en los mercados exteriores. Y el mérito es aún mayor por no haberse podido apoyar en experiencias empresariales cercanas, ni en el tiempo ni en la distancia. Sin duda en ello ha tenido que ver la perseverancia «quijotesca» que se respira en toda la región y que ha guiado a un número creciente de empresarios a cruzar nuestras fronteras, partiendo de cero, y asumiendo el riesgo de mostrar una realidad regional que dista mucho de la que Don Miguel de Cervantes recogió en su insigne obra.

Este monográfico que se presenta está lleno de cifras, datos y diagramas de todo tipo, que tienen por objeto trasladar al lector a la realidad de una Comunidad Autónoma, perfectamente implantada en el siglo XXI, ubicada en el centro de España, en torno a uno de los epicentros del desarrollo nacional, como es Madrid. Durante décadas, esta tierra ha sido paso obligado de muchos viajeros que, día a día, han ido descubriendo la riqueza monumental y paisajística que atesora Castilla-La Mancha, y que tiene en Toledo y en el Quijote dos de sus señas de identidad más universalmente reconocidas, cuyo valor de mercado, en términos comerciales, es incalculable.

Es verdad que Castilla-La Mancha se ha identificado sobre todo con sus vinos y aceites, su excelente sector cárnico y sus quesos, y tantos otros productos que van desde el azafrán, tesoro de la gastronomía, hasta el mazapán, que viste nuestras fiestas más entrañables. Pero también es cierto que el abanico de sectores en que la iniciativa empresarial ha volcado sus esfuerzos ha hecho de esta región un referente en los sectores de materiales de construcción y mobiliario, englobados en el sector del hábitat, cuya proyección en los mercados nacional y extranjero es innegable. No hay que olvidar tampoco la importancia que tradicionalmente han tenido los sectores de bienes de consumo, marroquinería, calzado, textil y confección, que están continuamente demostrando nuestra capacidad de competir en el exterior y de encontrar un nicho de mercado donde la calidad y el diseño nos aíslan de la guerra de precios.

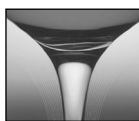
Paralelamente al desarrollo de estos sectores más tradicionales, Castilla-La Mancha se está posicionando, con gran fuerza, en sectores como el de la energía eólica, la tecnología aeronáutica, la automoción, etcétera al «rebufo» de importantes inversiones extranjeras, lo que va a permitir crear una dinámica de crecimiento que diversifique nuestra oferta exportadora y cree un capital humano cualificado. Este tipo de crecimiento, junto con otros esfuerzos en formación en comercio internacional, deben constituir los cimientos de la Castilla-La Mancha del futuro.



* Secretario de Estado de Turismo y Comercio.

La Secretaría de Estado de Turismo y Comercio ha venido trabajando para proponer a las empresas de Castilla-La Mancha los programas más adecuados de promoción empresarial y de formación específica en comercio exterior, y todo ello en base a la información más actualizada posible, obtenida, en gran medida, de la red de Oficinas Económicas y Comerciales que tiene España en el exterior. Junto con ello me gustaría destacar la creciente coordinación que existe entre el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y el Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX) quienes firmaron en 2006 un Convenio de Colaboración que ya va dando sus frutos en temas tan importantes como la participación de las empresas castellano-manchegas en Ferias Internacionales, actividades de formación conjuntas, etcétera. Y finalmente indicar que todo ello no sería posible sin la buena sintonía con el mundo empresarial, fundamentalmente representado por las Cámaras de Comercio e Industria de la región, la Confederación de Empresarios de Castilla la Mancha y otras asociaciones empresariales que nos facilitan el tener la máxima «capilaridad» hacia el tejido empresarial de la región.

Historia y futuro; sabor a tradición y tecnologías respetuosas con el medio ambiente; región desconocida pero próxima, constituyen algunos de los signos identificativos de Castilla-La Mancha sobre los que el presente monográfico del Boletín de Información Comercial Española pretende incidir, para ofrecer al lector un documento de interés sobre esta región, cada vez más variada, compleja y pujante, y que se enfrenta a un entorno lleno de nuevos retos y también de riesgos, en un mundo globalizado donde los mercados ya no están separados por fronteras físicas, sino por nuestra capacidad de competir.



CASTILLA-LA MANCHA