



ANTONIO TREVÍN
Presidente del Principado de Asturias

DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN ASTURIAS

sonas se hayan involucradas en la toma de decisiones o en la modificación de la actividad productiva.

Pero la realidad nos obliga a ser competitivos, produciendo a bajos costes y manteniendo unos márgenes comerciales que coloquen nuestro producto en clara ventaja con respecto a otros competidores. Una operación que resulta del compendio de dos factores principales: calidad y precio.

Ahora bien, conjugar estas premisas solo será posible si al prestigio que imprime la calidad unimos las ventajas derivadas de una distribución comercial que posibilite la penetración del producto en el mercado –no olvidemos que nos movemos en un contexto internacional– sin que esto deba suponer ningún tipo de obstáculo.

Recogiendo dichos fundamentos llegamos a la compleja realidad del Principado de Asturias, cuya adaptación a las nuevas formas de hacer empresa y a las fórmulas posibles para adquirir existencias en las condiciones más ventajosas y

Los datos que nos ofrecen periódicamente los indicadores económicos y el estudio e interpretación de los resultados de la actividad empresarial reflejan, en buena medida, el pulso que imprimen los mercados, la actividad que surge y se desarrolla al amparo de la demanda, siempre en función del poder adquisitivo de millones de ciudadanos.

La lectura en clave de cifras y la comparación entre comunidades y países, resulta un ejercicio necesario y saludable para cuántas

rentables también implican dinamismo y reordenación de los sectores productivos.

El Ejecutivo que presido incide, especialmente, en la adecuación de las infraestructuras, venciendo las limitaciones de nuestra orografía y aprovechando las potencialidades que supone la salida natural a través del Cantábrico.

Estamos configurando una moderna red de comunicaciones que se articula mediante un entramado de autovías y carreteras de alta capacidad, que facilitan la salida de nuestros productos hacia la Europa comunitaria y a los mercados nacionales, y aprovechando las ventajas de unos puertos comerciales que admiten tráficos muy superiores a los niveles actuales y que pueden captar los intercambios de las industrias de la meseta. Esta modernización y adecuación de las infraestructuras para encarar con optimismo el siglo XXI es una realidad imparable pero, la voluntad empresarial es imprescindible.

La distribución comercial es una pieza clave, esencial, en el resultado final, pero seguramente también tendríamos que hacer referencia a cómo lo entienden los comerciantes, que son quienes ofrecen el producto.

Aquí llegamos a un conglomerado de circunstancias y modalidades que agrupan a pequeños comerciantes, independientes o asociados, a superficies dedicadas a productos novedosos o de importación y aquellas grandes superficies comerciales situadas en los alrededores de las grandes ciudades que trabajan con unas condiciones muy ventajosas, tanto por las cantidades que facturan como por la capacidad negociadora en el pago de las mercancías.

Para lograr que el presente vaya dibujando nuevas posibilidades para intermediarios y productores hemos de trabajar con entusiasmo, inteligencia y acrecentar la capacidad de adaptación, considerando las posibilidades del asociacionismo y de la gestión coordinada.

Sólo así lograremos fortalecer todos los eslabones que han de repercutir en la calidad y nivel de vida de todos los asturianos. □