



Martes, 8 de noviembre de 2022

Asturias recibió más de 267 millones de inversión extranjera directa en el primer semestre del año

- **El consejero de Industria destaca que las empresas siguen apostando por el Principado pese a la compleja situación económica**
- **Fernández apela a la prudencia y a evitar discursos catastrofistas que puedan frenar el consumo en Navidades**

Asturias recibió casi 500 millones de inversión extranjera directa desde 2019, de los que más de la mitad, 266,7 se registraron durante el primer semestre de este año, lo que avala el creciente interés de numerosas compañías por implantarse en el Principado. La comunidad se ha convertido en un territorio atractivo para la inversión empresarial, tanto extranjera y nacional. Así lo ha asegurado hoy el consejero de Industria, Empleo y Promoción Económica, Enrique Fernández, en la celebración del 40 aniversario del centro comercial Alcampo de Gijón. “A pesar del difícil contexto económico y geopolítico actual, las empresas siguen apostando por Asturias”, ha valorado.

Según Fernández, “después de haber combatido una pandemia que causó el mayor desplome en décadas de la economía regional y asistir actualmente a un escenario plagado de incertidumbres derivadas de una situación internacional muy compleja, compañías siguen apostando por Asturias “por sus múltiples atractivos”.

Ha puesto el ejemplo del compromiso del grupo Alcampo con Asturias, donde acaba de realizar una inversión de 6 millones en su centro de Gijón/Xixón en mejoras relacionadas con la eficiencia energética, los lineales y la ampliación de servicios. “El caso de Amazon no es casual, es derivado de una serie de causas muy definidas y los propios asturianos debemos valorar nuestras potencialidades”, ha añadido.

Además, el consejero ha reiterado su llamamiento a la prudencia y a “huir de los discursos catastrofistas y alarmistas” que puedan afectar negativamente a la campaña navideña.

En este sentido ha instado a “no alimentar expectativas pesimistas” porque considera importante que esta campaña navideña pueda ser un revulsivo y permita afianzar unos ritmos de crecimiento económico, que



si bien son lentos, deben ser la antesala de una recuperación fuerte “en el momento en que se alejen los fantasmas de la guerra en Europa, la crisis energética se modere y sigamos embridando la inflación”.