

Expertos europeos proponen aunar los éxitos del «made in Galicia»

La Zona Franca de Vigo reúne a cuatro gurús para mejorar la economía gallega

Los estrategas dicen que crear marca es muy barato, pero su valor de mercado es enorme

Asplund: «Ustedes son el secreto mejor guardado de Europa»

(Manuel V. Sola | vigo)

Expertos de cuatro de las regiones europeas de mayor crecimiento económico (Estocolmo, Copenhague, Londres y Barcelona) recomendaron ayer que Galicia aúne sus éxitos empresariales en torno a una imagen única de la comunidad, como primer paso para intentar acelerar su crecimiento económico. La propuesta se refiere a aglutinar los éxitos de la pesca, el automóvil, el textil o las peregrinaciones a Compostela e identificarlos como **made in Galicia**.

Los especialistas se reúnen hoy en Vigo, convocados por la Zona Franca, para aportar sus experiencias en el desarrollo de sus regiones e ideas para Galicia. La jornada se titula **Regiones europeas que aprenden**, como continuación a una sesión similar celebrada en mayo con aportaciones de otros cinco gurús internacionales.

El precio de una marca

«El valor generado por la marca Irlanda o Estocolmo es enorme, ni siquiera hemos intentado calcularlo. Sin embargo, los costes para lanzar una marca del lugar no son muy altos, ni se necesita mucho tiempo para poner en marcha la maquinaria», opinó Christer Asplund, ex director de la Agencia de Desarrollo Económico de Estocolmo. Además de Asplund, la sesión está protagonizada por José María Viedma, barcelonés experto en la sociedad del conocimiento; Sascha Haselmayer, un arquitecto británico especializado en gestión de territorios en base a empresas innovadoras; y Jan Annerstedt, presidente de la Unesco para comunicaciones en la Escuela de Negocios de Copenhague.

El catedrático vigués José Cabanelas Omil, anfitrión de la jornada, subrayó que «ante la discusión de si hay que innovar o hay que aplicar, nosotros pensamos que hay que actuar cuanto antes». Omil es responsable del departamento de servicios avanzados de la Zona Franca de Vigo, el equipo que elabora anualmente el directorio Ardán.

Haselmayer destacó la iniciativa tomada por la industria gallega del automóvil para agrupar un clúster de clústeres empresariales en Galicia. «Es una señal muy clara -dijo el británico- de que Citroën quiere quedarse y ser competitiva en Galicia. Pero piensen en lo que pasaría si decidiese irse y si el motivo fuese que esta región ya no es atractiva para PSA».

Jan Annerstedt subrayó que no existe una solución mágica para cualquier territorio, pero que ellos se encuentran en Galicia «para analizar el contexto de esta zona y aplicar las metodologías que ya han funcionado con éxito en alguna otras regiones europeas».