

La Voz de Galicia

www.lavozdegalicia.es

Jueves, 5 de Mayo de 2005

A FONDO :: Edición Impresa

«La gente tiene que apoyar los productos de su tierra»

EL MILAGRO ITALIANO

 Enviar

 Imprimir noticia

 Volver

?l profesor emérito de la Universidad de Florencia es uno de los principales estrategas de los distritos industriales que generaron el milagro económico italiano desde la posguerra hasta hoy.

Becattini considera que Galicia tiene dos potencialidades claras a desarrollar industrialmente: la religión y los productos naturales. El economista italiano considera muy interesante «aprovechar la marca del Camino de Santiago para desarrollar una industria religiosa en Galicia».

Becattini explicó que una de las bases del desarrollo de la mayor parte de los productos italianos que se venden en todo el mundo «es el apoyo de la gente de la tierra, que deben ser los primeros en conocer, en ser expertos y en apoyar estos productos». «La Tercera Italia, la del **made in Italy**, nació de los distritos industriales. Lo fundamental es que en todos los casos se trata de productos locales que han buscado el mercado mundial. Ésa es nuestra filosofía: vivir a nivel local; pensar y actuar a nivel mundial», sostiene el investigador.



Si las noticias
no esperan,
¿por qué tienes
que esperar tú?

¿Cómo crear un distrito industrial?

Como el resto de los expertos, Becattini resaltó que uno de los éxitos del **made in Italy** en el mundo fue el centrarse en tres sectores, y no en cualquier tipo de producción. «Los distritos -explicó- nacieron del desarrollo de un centro artesanal o industrial; de la herencia de la quiebra de una gran industria; del regreso de emigrantes con nuevos conocimientos y capital; o de la industrialización de productos agrícolas típicos de una zona».


Durante el debate, Becattini mostró su versión más humanista y fue muy aplaudido por los más de 400 empresarios gallegos asistentes.

«Los productos italianos se colocaron en el mundo aprovechando el desarrollo de una nueva clase media, que ahora sería el caso de China o la India», indicó el catedrático italiano. «No creo -terminó- que Galicia sea poco conocida en el mundo: el Xacobeo tiene marca en Europa y todos conocemos al Celta de Vigo».

Tarifas publicitarias / publicidad@lavoздеgalicia.es

[**Contacte con nosotros:** web@lavoздеgalicia.es]

© Copyright LA VOZ DE GALICIA, S.A.
Polígono de Sabón, Arteixo, A CORUÑA (España)

Auditado por 

RM de La Coruña: tomo2413, folio84, hojaC-12502

CIF: B-15.482.177