



PEMB 28

Pla Estratègic Metropolità de Barcelona • diciembre 2009

Barcelona debe avanzar como ciudad del conocimiento

El pasado 26 de octubre se celebró el 5º seminario técnico del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona, titulado **Lo que es Esencial para una Barcelona Metropolitana**. El acto, celebrado en la sala de plenos de la Mancomunidad de Municipios del AMB, fue inaugurado por Antonio Balmón, vicepresidente primero de la Mancomunidad de Municipios del Área Metropolitana de Barcelona, y Jordi W. Carnes, teniente de alcalde de Hacienda y Promoción Económica del Ayuntamiento de Barcelona y presidente de la Comisión Delegada del PEMB.

En esta ocasión se invitó a un experto europeo, Greg Clark, que ha sido director ejecutivo de Estrategias y Comunicación de la Agencia de Desarrollo de Londres (LDA), director ejecutivo de la London Enterprise Agency (LEA), consultor de la OCDE y del Urban Land Institute del Gobierno inglés y ha trabajado para más de cien ciudades de los cinco continentes.

Desde hace ya algunos meses, el Sr. Clark está elaborando –por encargo del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona– un estudio comparativo sobre cómo impulsan sus planes estratégicos otras áreas metropolitanas europeas. Este análisis se basa fundamentalmente en dos ejes: cuáles son las estrategias y las acciones que funcionan en un área metropolitana.

El estudio del modelo de otras áreas metropolitanas, como Londres, Nueva York, Toronto, Hong Kong, Singapur, Isla de Francia, etc., nos puede ayudar a repensar el plan estratégico metropolitano y garantizar su éxito.



Jordi W. Carnes, Antonio Balmón y Greg Clark



Maria Reig, Greg Clark, Francesc Santacana, Francesc

Una de las conclusiones de este estudio es que Barcelona dispone de las condiciones necesarias para convertirse en una plataforma del conocimiento. Sin embargo, también concluye que hay que actuar con rapidez, porque otras áreas metropolitanas también están intentando posicionarse en el ámbito europeo y ocupar los primeros puestos. Lo que es importante no es únicamente disponer de un buen plan estratégico, sino ser capaces de impulsarlo e implantarlo correctamente. Para conseguirlo es necesario una buena coordinación entre todos los agentes implicados.

Actualmente, Barcelona ocupa una posición de liderato basada en el conocimiento, pero esta situación debe mantenerse. Hay que consolidarla para evitar la competencia de otras áreas metropolitanas. **Barcelona debe avanzar como ciudad del conocimiento.**

Según Greg Clark, durante los últimos años se han realizado muchas acciones positivas, pero todavía quedan muchas por hacer, y sobre todo hay que hacerlas conjuntamente. Actualmente hay demasiadas iniciativas aisladas, que ralentizan el progreso y hacen difícil disponer de una masa crítica con capacidad de asumir mayores riesgos competitivos.

En el apartado de recomendaciones, el estudio apunta tres ejes básicos:

1. El refuerzo de los esquemas de gobernabilidad metropolitana.
2. La promoción de sectores con gran potencial de crecimiento como cultura, salud, biotecnología, diseño, energía, educación, arquitectura, diseño urbano y moda; el refuerzo de la marca –como elemento de promoción y de identificación internacional–; la atención a la promoción internacional de la metrópolis, y el aumento de esfuerzos en los nuevos valores de la inversión, con sistemas mixtos de cointervención entre los sectores privados y públicos.
3. La necesidad de desarrollar un marco para el diálogo entre Cataluña y el área metropolitana de Barcelona.

En su informe, Greg Clark define los **diez principios** de Barcelona que le permitirán mantener el liderazgo municipal y regional durante la crisis:

1. Aprovechar la crisis y responder con liderazgo y determinación
2. Aprovechar la ocasión para fomentar la inversión pública



Colomé y Enric Casas



Jordi Ausàs y Jordi Hereu

3. Diseñar una estrategia sólida a largo plazo
4. Tener una actuación decidida a corto plazo
5. Fomentar el atractivo y la disposición de la inversión privada
6. Las relaciones importan: es preciso prestar más atención a los actores sociales y emprendedores
7. Garantizar obras públicas e inversiones eficaces
8. Promover la proximidad con el ciudadano
9. Promover una mayor apertura al mundo
10. Construir alianzas municipales-nacionales

El secretario de Políticas Educativas del Departamento de Educación de la Generalitat de Catalunya, Francesc Colomé, destacó las políticas territoriales vinculadas a la nueva Ley de educación y, en concreto, a la propuesta de creación de unas zonas educativas que permitan una mayor autonomía y adecuación entre la oferta formativa y las necesidades del territorio.

Enric Casas, director de Comunicación Corporativa y Calidad del Ayuntamiento de Barcelona, disertó sobre la importancia de la marca Barcelona en un escenario de competitividad de los territorios. Destacó el concepto de creatividad como elemento diferenciador e identificador de la marca.

Por su parte, la presidenta de la Comisión de Prospectiva del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona, Maria Reig, expuso las líneas de trabajo que se están impulsando desde las diferentes comisiones que están en activo actualmente.

El consejero de Gobernación, Jordi Ausàs, comunicó en el acto de clausura que antes de finales de año el Gobierno tiene previsto aprobar el borrador del proyecto de ley del área metropolitana para su posterior tramitación parlamentaria.

Por último, el alcalde de Barcelona, Jordi Hereu, destacó la trayectoria realizada en los últimos veinte años, que ha convertido el área metropolitana en un territorio vertebrado, que actúa en conjunto. Este es uno de sus activos más importantes. Sin embargo, es muy importante la existencia de un gobierno metropolitano capaz de vehicular todo este potencial.

También hizo referencia a la conversión de la Barcelona industrial en un área metropolitana basada en el conocimiento, en la creatividad, etc.; en resumen, en el talento. **Este nuevo modelo basado en el talento, el modelo social y la calidad de vida permitirá que Barcelona se convierta en la capital económica del sur de Europa.**

¿Qué papel y qué funciones ejercen las áreas metropolitanas en el actual escenario europeo?

Entrevista con Greg Clark, experto de la OCDE y del Urban Land Institute

En Europa, en los últimos diez años, un tercio de todas las ciudades ha aumentado de población y otro tercio ha perdido población, mientras que el resto se ha mantenido estable. Para las ciudades que crecen, las áreas metropolitanas son muy importantes. Proporcionan el espacio en el que se puede producir el crecimiento y una plataforma para otro tipo de éxitos económicos, sociales y ambientales.

En el caso de las áreas metropolitanas como Barcelona, que crecen deprisa y están llevando a cabo una rápida transición hacia nuevas modalidades económicas, el área metropolitana es la plataforma decisiva. Muchos estudios demuestran que las áreas metropolitanas crecen de forma más próspera y sostenible si el área metropolitana está bien coordinada.

Así mismo, hay pruebas que demuestran que un área metropolitana es clave para poder realizar la transición hacia una economía del conocimiento y para controlar los riesgos. El área metropolitana es fundamental para la logística y el comercio, y la marca decisiva para utilizar en los mercados de inversión complicados.

Para las ciudades que pierden población, el área metropolitana es esencial para gestionar el declive de forma reflexiva. Los gobiernos locales también tienen que compartir más responsabilidades. Incluso en el caso de las ciudades estables, el área metropolitana es clave porque un aumento de la movilidad supone que aquella zona está mucho más integrada que en el pasado.

¿De qué manera el proceso de transformación en una estructura metropolitana (red de ciudades) beneficia a la ciudad?

La gente, los bienes y el dinero son más móviles que en el pasado, por lo tanto las comunidades y las economías globales están más integradas y superan los límites municipales. Esto significa que es necesario coordinar muchas políticas en el ámbito metropolitano si se quiere que tengan éxito. Por ejemplo, los municipios deben coordinar las políticas que permiten controlar el impacto del turismo, porque los turistas se mueven de un sitio a otro. El área metropolitana aumenta la eficacia de las políticas locales.

Las pruebas y la experiencia internacional demuestran que los municipios obtienen un mayor rendimiento de sus inversiones en transportes, vivienda, utilidades y explotación del suelo, si se coordinan estas cuestiones. Además, esto permite que las políticas mejoren sus resultados.

La coordinación metropolitana a menudo es más eficaz para atraer inversiones de otros gobiernos, como el catalán, el español y el de los Estados Unidos. Hablando con una sola voz, Barcelona puede obtener mejores réditos.

Una estructura metropolitana también permite compartir riesgos y costes de forma más eficaz, si se hace entre los treinta y seis municipios. Vivimos en una época en que no sabemos qué pasará mañana y trabajar de forma conjunta nos proporcionará muchos beneficios.

Los ciudadanos pueden disfrutar de una mejor calidad de vida si la estructura metropolitana trabaja coordinadamente. Gracias a la colaboración metropolitana, pueden utilizar los servicios en todas las localidades y, por lo tanto, tienen más posibilidades de elección y más calidad.

Sin la coordinación metropolitana, es difícil ser una ciudad efectiva en el siglo XXI. Si pensamos en Milán y Berlín, veremos que son dos ciudades que han ido perdiendo posiciones en las clasificaciones de las ciudades en estos últimos veinte años, en gran parte porque no han sabido resolver los problemas metropolitanos. Los habitantes de Berlín se han trasladado a los suburbios de Brandenburgo para pagar menos impuestos, y la economía de la ciudad se ha resentido de ello. Los ciudadanos de Milán no han cooperado con la infraestructura metropolitana, con lo que los municipios se han convertido en municipios muy congestionados y poco atractivos.

Basándose en sus estudios de las áreas metropolitanas y su competitividad, ¿qué tres factores de competitividad destacaría en un plazo de diez años?

1. La identidad, la visión y la finalidad: la ciudad metropolitana tiene que proyectar una imagen y una historia sobre ella misma para el futuro con la finalidad de atraer constante-

mente el interés de los inversores, los medios de comunicación y la gente.

2. Inversión confiada: la ciudad metropolitana debe invertir activamente en la infraestructura y la base cultural a largo plazo.
3. Habilidades, conocimientos y ambición: la ciudad metropolitana debe "producir" individuos con capacidades y talento y tiene que atraer a mucha otra gente. Deben ser personas que quieran figurar en primer plano en su campo empresarial, científico, artístico, político o periodístico. Es necesario que tenga la gente mejor preparada.

Lógicamente, también hay otros factores importantes: la seguridad, un nivel cultural alto, diversiones..., pero esto Barcelona ya lo tiene.

A partir de lo que conoce del área metropolitana de Barcelona, ¿qué aspectos positivos enumeraría entre sus factores de competitividad en los escenarios actual y futuro? Según su opinión, ¿qué factores diferencian Barcelona del resto de áreas metropolitanas europeas?

De Barcelona se pueden decir muchas cosas fantásticas. Es una de las dos ciudades metropolitanas más mejoradas de todo el mundo en los últimos treinta años (la otra es Singapur). Según mi opinión, Barcelona tiene toda una serie de características extraordinarias.

Barcelona tiene una identidad única e irresistible: es una ciudad catalana, mediterránea, global, diferente, innovadora e ingeniosa.

Liderato y ambición: Barcelona ha disfrutado de un liderato muy bueno desde 1975, y todavía lo conserva en la actualidad. Barcelona es una ciudad potente, con energía para dirigir su propio futuro y ser una ciudad puntera en el mundo. Este aspecto se aprecia con facilidad en la ciudad. Barcelona se está convirtiendo en una ciudad muy influyente en la capital del MU show. Esta cuestión también es importante.

Calidad de vida: Barcelona ofrece la productividad de una ciudad comercial moderna ubicada en una geografía y clima maravillosos. Puede satisfacer muchas demandas al mismo tiempo.

Espíritu emprendedor: muy arraigado en el ADN de Barcelona, encontramos un gran espíritu emprendedor que es básico para el éxito a largo plazo. Este es un aspecto que hay que recordar y fomentar. Fueron los emprendedores los que construyeron Barcelona, tal y como sucedió en Londres y Nueva York.

Todo esto son grandes activos y, con ellos, la Barcelona metropolitana puede convertirse en una ciudad pionera en el mundo, si resuelve eficazmente los problemas que tiene.

¿Puede hacer alguna advertencia sobre los obstáculos que Barcelona puede tener que superar para conseguir una mejor posición en los nuevos escenarios?

Barcelona tiene muchos aspectos positivos, pero necesita reformar algunos y poner más atención en otros.

Las universidades y las escuelas han de ser mejores y tener un carácter más internacional. Los alumnos tienen que estudiar demasiados años para licenciarse y las universidades no cuentan con los alicientes adecuados para ser emprendedoras.

El Gobierno catalán tiene que apoyar activamente al área metropolitana. El área metropolitana no supone ninguna amenaza para Cataluña, sino que es la única manera de que Cataluña tenga éxito.

El turismo de baja calidad se tendría que ir sustituyendo por actividades de nivel alto, incluyendo el turismo de alta calidad. Algunos de los aspectos del turismo de baja calidad ya no son necesarios, como lo fueron hace treinta años. No obstante, Barcelona tiene que continuar siendo un gran destino turístico, pero tiene que serlo por motivos culturales, educativos, empresariales, comerciales y de toma de decisiones.

Es necesario acordar un plan único para el futuro de Barcelona. Todavía existen demasiadas iniciativas y actividades independientes.

Empieza una nueva fase moderna de crecimiento y desarrollo para la ciudad metropolitana. Necesita un mapa, una brújula y un faro. Los municipios metropolitanos deben actuar como un barco en mares agitadas, no como una selección dispar de naves que van todas en diferentes direcciones.



Greg Clark, experto de la OCDE y del Urban Land Institute

El Teach First,

una iniciativa interesante para la educación secundaria en Cataluña

El Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona organizó conjuntamente con el Círculo de Economía una sesión de trabajo a la que se invitó al responsable del Departamento de Operaciones del Teach First en Londres, **Brett Wigdortz**, para que explicara en qué consiste este programa y la experiencia en su país.

El Teach First es una organización sin ánimo de lucro e independiente, creada el 2002, que ha puesto en marcha un programa educativo y social cuyo objetivo es atraer a los mejores estudiantes universitarios y de escuelas de negocio de prestigio y ofrecerles la posibilidad de enseñar durante dos años en escuelas de secundaria de zonas desfavorecidas en las que el rendimiento escolar esté por debajo del promedio.

El proceso de selección de los candidatos a formar parte de esta iniciativa no se basa únicamente en criterios académicos, sino que se valoran también otras habilidades: capacidad de liderato, de resistencia, de empatía, actitud positiva, capacidad de trabajo en equipo, conocimiento de la materia y coincidencia plena con la filosofía del Teach First. Se valora especialmente el liderato social.

Los factores que hacen atractiva esta iniciativa y que contrarrestan la tendencia natural de los postgraduados a trabajar en la empresa privada son los siguientes:

- El impacto que pueden tener en otras personas (niños con pocos recursos económicos y escaso rendimiento escolar).
- La formación recibida: no solamente como desarrollo personal, sino también porque mejora su capacidad profesional en ámbitos, como el de la comunicación.
- El periodo de tiempo es corto: solo dos años. Pasado este tiempo, pueden decidir si desean continuar o cambiar la trayectoria profesional y dedicarse a otra actividad.
- Sentirse parte de un equipo de prestigio: el Teach First. La pertenencia a este colectivo merece el respeto de la sociedad en general.
- Los participantes en este programa obtienen la titulación de máster, que constará en su currículum y que les permitirá también dar clases en la empresa.

Según el estudio presentado en la reunión por **Felipe Morenes**, promotor de Teach First en España, este programa (**Exe, Enseñar a Educar**) se podría implantar con éxito en nuestro país, como ya se ha hecho en otros países con características similares, por ejemplo, en Alemania.



En la reunión participaron representantes de la Administración pública

Barcelona, referente internacional en estudios de postgrado

en dirección de empresas y formación continuada para directivos

Según un artículo elaborado por Xavier Mendoza, doctor en Ciencias Económicas y Empresariales de la UB y director general asociado de Esade, publicado en la revista *Paradigmes* (diciembre 2008), Barcelona ocupa una de las primeras posiciones internacionales en referencia a los estudios de postgrado en dirección de empresas y formación continuada para directivos, gracias a la calidad y diversidad de su oferta.

En un nuevo contexto mundial globalizado es fundamental el papel de las escuelas de negocio en la internacionalización del área metropolitana y en la atracción y retención de talento. Hay que expandir nuestras fronteras económicas más allá de los territorios tradicionales (la Unión Europea y América Latina) y aumentar nuestra presencia en los Estados Unidos, la Europa del Este y los países del Asia-Pacífico.

Para poder acceder a estos mercados emergentes es necesario que las empresas dispongan de los directivos adecuados, bien formados, nacionales o procedentes de otros países, que hayan escogido Barcelona para estudiar. Las escuelas de negocio catalanas tienen un papel destacado en la atracción de talento emprendedor y directivo de otros países y en la facilitación de su inserción en el tejido empresarial catalán.

El proceso de internacionalización de las escuelas de negocio catalanas se ha basado en tres fases:

1. Fortalecer la posición competitiva en el entorno local, gracias a acuerdos de colaboración con escuelas extranjeras de prestigio y

al apoyo al propio profesorado para realizar estudios de doctorado en el extranjero.

2. Atraer estudiantes internacionales estableciendo el inglés como idioma de impartición de los postgrados, la proyección internacional de Barcelona y la obtención de acreditaciones internacionales.

3. Competir con las mejores escuelas de negocio internacionales, gracias a la internacionalización del claustro de profesores, la innovación continuada en la oferta de programas, el fuerte compromiso con la investigación y su potenciación, el desarrollo de una red internacional de antiguos alumnos y la construcción de marca a escala internacional.

Los MBA que ofrecen las escuelas de negocio catalanas han contribuido en gran medida a esta internacionalización. **Barcelona ocupa actualmente la tercera posición en el ámbito europeo**. Además, un porcentaje significativo, y al alza, de estos estudiantes deciden quedarse, una vez terminada su formación, en Cataluña o en España bien para trabajar en una empresa catalana, bien para crear su propio negocio.

Principales áreas metropolitanas europeas por nivel de atracción de estudiantes internacionales en programas MBA incluidos en el ranking del *Financial Times*, 2008

ÁREA METROPOLITANA	TOTAL DE ESTUDIANTES		ESCUELAS
	MBA matriculados	MBA internacionales	
París	1.254	1.090	INSEAD (6), HEC-París (18)
Londres	735	674	London Business School (2), Imperial College (35), Universidad de City-Cass (41)
Barcelona	729	569	IESE (11), ESADE (21), EADA (95)
Madrid	365	332	Instituto de Empresa (8)
Rotterdam	220	211	Universidad de RSM Erasmus (34)
Oxford	215	202	Universidad de Oxford-Said (19)
Leeds	198	183	Universidad de Leeds (48) Bradford/Tias Nimbis (53)
Manchester	182	164	Manchester Business School (22)
Cambridge	150	135	Universidad de Cambridge-Judge (10)
Ginebra	90	87	IMD (14)

(entre paréntesis, la posición global en el ranking del *Financial Times*)

La revisión de los modelos energéticos

como estrategia de desarrollo futuro

Un equipo de expertos de la Universidad de Barcelona, liderado por el Dr. Mariano Marzo, ha elaborado este informe por encargo del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona. El objetivo de este estudio es identificar aquellos elementos que, en el ámbito local, pueden incidir en el modelo energético del territorio metropolitano y facilitar así a los órganos competentes la implementación de las políticas más adecuadas para un desarrollo sostenible.

Tal y como se indica en el resumen ejecutivo de este informe: «Cuando a la crisis energética y a la medioambiental se suma la crisis del modelo económico, debemos entender que estas tres crisis son en realidad la manifestación de una crisis mayor: hay que revisar nuestro modelo de desarrollo para que pueda ser sostenible en el futuro, social, económica y medioambientalmente.»

El trabajo se estructura en tres grandes capítulos:

- En el primero, se analiza cómo afrontan este reto otras metrópolis; por ejemplo, Nueva York, Portland, Londres, Friburgo y Estocolmo.
- La segunda parte está dedicada al conocimiento de los marcos nacional, autonómico y local en relación con las posibles acciones a llevar a cabo. Se añade además una consideración sobre la prospectiva en tecnología energética en el horizonte 2030.
- La última parte identifica las áreas, y el tipo de intervenciones, en las que puede destacar el área metropolitana de Barcelona (arquitectura sostenible, biotecnologías, tecnologías energéticas, cooperativismo, etc.) y cómo estas áreas pueden enfocarse hacia la resolución de los retos medioambientales, sociales y económicos.

En cuanto a las posibles intervenciones en ámbitos diferentes, se indican las siguientes:

- **Transporte:** un sistema que combine las nuevas tecnologías en la motorización (híbridos, motores eléctricos) con sistemas que permitan disponer de coche cuando se necesite o bien compartir su uso para aumentar el porcentaje de ocupación, así el vehículo privado sería más eficiente.
- **Edificación:** auditorías energéticas como primer paso para mejorar la eficiencia del sector. Probablemente será necesario la rehabilitación de construcciones antiguas para adecuarlas a los criterios más exigentes de la arquitectura sostenible del futuro.
- **Coordinación:** los organismos con competencias en los sectores energéticos y medioambientales no solamente deberían coordinarse y cooperar entre ellos, sino que también deberían transmitir a los ciudadanos toda la información relevante que puedan obtener para ofrecer posibles vías de innovación a la iniciativa privada.
- **Identidad:** Barcelona y su área metropolitana tienen que reinventarse y convertirse en un referente. A diferencia de otros impulsos que sirvieron en el pasado para avanzar, ahora los cambios que se precisan tienen que ser más orgánicos, menos dirigidos, menos homogéneos y mejor ajustados a las diferentes realidades locales. La era de los «megaproyectos» seguramente tendrá que dejar paso a la era de los «enjambres de iniciativas».
- **Ciclos materiales:** uno de los principios de una sostenibilidad fuerte es el de cerrar los ciclos materiales. Esto no solamente quiere decir que siempre que sea posible hay que convertir de nuevo los residuos en productos, sino que hay que procurar también acercar en el espacio los procesos; por ejemplo, el transporte a larga distancia es el factor que más empeora los índices de sostenibilidad.



La Comisión de Prospectiva del PEMB impulsa nuevas líneas de actuación

La Comisión de Prospectiva –espacio principal del Plan en cuanto a generación de ideas– ha constituido once comisiones. De momento, más de sesenta personas de diferentes ámbitos aportan su talento e ideas para el nuevo proyecto del área metropolitana de Barcelona.

Las comisiones constituidas hasta ahora son:

Comisión	Coordinador	Miembros
Administración Pública	Emili Cuatrecasas	16
Arquitecturas de Transferencia	Carles Ferrater	10
Jóvenes Arquitectos	Borja Ferrater y Jorge Vidal	19
Barcelona, Ciutat Sostenibilista	Ramon Folch	9
Valores BCN	Ricard Fornesa	10
Investigación y Medicina Translacional	Joan Rodés	17
Se estructura en cuatro grupos de trabajo:	1. Empresas 2. Investigación 3. Actividades Públicas 4. Investigadores	
Medicina Privada e Innovación	Josep Baselga	21
Cultura e Industrias Creativas	María Reig	13
Productores y Operadores de Artes Escénicas	Toni Albaladejo	16
Diseño e Industria	Ramon Prat	11
Eventos Deportivos	Albert Agustí	4

Las comisiones que están pendientes de constitución son:

- **Emprendedores en Barcelona**, coordinada por Christopher Pommerening
- **Fondo de Capital**, coordinada por Jorge Lucaya
- **Alimentación**

Los motivos por los que se han constituido estas comisiones son los siguientes:

- El PEMB considera que generar un debate sobre los valores es propio de sociedades avanzadas maduras, con un cierto nivel de bienestar y de proyección internacional, como es la sociedad barcelonesa. Este debate está relacionado con la visión de futuro que se quiere para la ciudad, con la necesidad de intensificar la implicación de la ciudadanía y con la definición de la propia marca y su proyección internacional. Los objetivos de la **Comisión de Valores** son identificar los valores que deben asociarse al nuevo escenario que se desea para el 2020 y discernir si los valores del pasado son válidos para esta visión de futuro.
- La **Comisión de Sostenibilidad** pretende definir un modelo que permita gestionar la transición hacia sistemas energéticos urbanos más sostenibles. Aunque actualmente Barcelona no puede ser un referente global

en este campo –ya muy desarrollado en los países nórdicos–, sí que puede serlo entre las ciudades de las zonas más cálidas. El objetivo específico de la comisión es identificar un modelo sostenible de organización y gestión propio del AMB.

- La salud y la medicina se están convirtiendo en uno de los grandes retos del siglo XXI. Cuál es el valor que Barcelona puede ofrecer en este amplio sector de actividad y qué hay que hacer para ser un referente mundial en alguna de sus partes específicas, constituyen los ejes de la **Comisión de Bioinvestigación y Medicina Translacional**. Se trata de facilitar la translación de los adelantos en investigación sobre la salud de las personas y la aplicación generalizada de las nuevas tecnologías y de los nuevos sistemas de atención médica. La atracción de talento mundial, la docencia, la financiación (capital de riesgo), la visión empresarial en la gestión de la salud y de los proyectos de investigación son algunos de los subtemas de esta comisión.
- En cuanto a arquitectura y urbanismo, la gran aportación que puede hacer Barcelona es la definición de un modelo propio más humanista, sostenible y respetuoso con los sentimientos y emociones de las personas. Este es el reto que



se plantea la **Comisión de Arquitecturas de Transferencia**. El modelo que se propondrá tiene muchas razones para nacer en Barcelona: por el hecho de ser una ciudad de escala pequeña entre las grandes metrópolis mundiales, por su carácter mediterráneo y por el mismo interés de la ciudad en estos temas. Es importante remarcar la importancia del tema: la arquitectura de una ciudad define la facilidad y comodidad para vivir y hacer negocios en ella. Por lo tanto, define gran parte de su atractivo.

- Uno de los ejes principales para transformar Barcelona en una de las ciudades más interesantes del mundo es intensificar la cooperación de sus industrias creativas, para favorecer tanto el desarrollo de estas industrias como la generación de nuevas. Un exceso de trámites y la diversidad de administraciones pueden obstaculizar este objetivo y afectar a la emprendeduría cultural creativa. La cultura es un sector económico importante, también en términos de PIB.

Así mismo, es un factor de atracción de talento, de turismo y de inversiones. La calidad de la oferta cultural es un elemento básico para potenciar o reducir el atractivo de las ciudades.

Por otro lado, la oferta cultural también es un elemento fundamental para promover la creatividad como uno de los valores sociales con los que Barcelona se quiere identificar plenamente. Estos son algunos de los temas que se trabajan desde la **Comisión de Cultura e Industrias Creativas**, y también de una forma más específica dentro del **Grupo de Productores y Operadores de Artes Escénicas**.

- El deporte es un sector importante, tanto por los valores intrínsecos que aporta como por las sinergias que genera con otros sectores estratégicos, como la medicina deportiva o la nutrición. Barcelona es un referente destacado, al menos a escala europea. La **Comisión de Eventos Deportivos** tiene que definir las orientaciones de la ciudad para potenciar este sector como una de sus marcas de identidad. Explicar su vinculación con los valores que proyecta el deporte, identificar las tendencias que se producen en este sector y proponer medidas concretas en los campos de los eventos deportivos, en la educación en el deporte, en la práctica deportiva y en las actividades asociadas, son los objetivos que se propone llevar a cabo esta subcomisión.

El programa «Do it in Barcelona» impulsa la promoción de atracción de talento extranjero en la ciudad

En los últimos años, la ciudad de Barcelona se ha posicionado como un núcleo creativo e innovador, y como vivero de talento y proyectos emprendedores. Fruto de este dinamismo nace el programa «Do it in Barcelona», una iniciativa para promover la atracción de talento de todo el mundo hacia nuestra ciudad, llevada a cabo por el ayuntamiento a través de Barcelona Activa, con la colaboración de la Fundación Catalana para la Investigación y la Innovación, para promocionar el talento emprendedor, creativo e investigador extranjero en Barcelona.

La presentación del programa «Do it in Barcelona» se realizó el pasado mes de agosto, a cargo del teniente de alcalde de Hacienda y Promoción Económica del Ayuntamiento de Barcelona, Jordi William Carnes, y la directora general de Barcelona Activa, Anna Molero.

Este programa se dirige a personas con alta calificación y visión global, residentes en otras ciudades e interesadas en encontrar un lugar donde desarrollar su proyecto personal y profesional. «Do it in Barcelona», a través del web www.barcelonactiva.cat/doitinbcn, actúa de puerta de entrada del talento individual y lo distribuye hacia servicios concretos que ofrecen diferentes instituciones de la ciudad. Según destacó Jordi William Carnes, «el objetivo de esta iniciativa para atraer talento extranjero es acompañar a la gente que viene de fuera y ayudarlos a concretar sus proyectos».

El programa se pondrá en marcha en dos fases. Una primera, actualmente en funcionamiento, que desarrolla los itinerarios dirigidos a las personas emprendedoras y a las personas interesadas en la investigación; y una segunda fase, que se sumará a la anterior, orientada a los profesionales cualificados con voluntad de desarrollar su carrera profesional en Barcelona y a licenciados y licenciadas universitarios que quieran completar sus estudios de máster y postgrado.

En cuanto al itinerario para emprender en Barcelona, «Do it in Barcelona» ofrece un conjunto de contenidos y herramientas pensados para dar apoyo al usuario en el proceso de creación de su proyecto empresarial. Desde el pasado mes de septiembre están en marcha sesiones informativas en inglés para introducir al emprendedor extranjero en las principales formas jurídicas empresariales, los trámites a realizar para constituir la empresa y los canales de búsqueda de financiación.

Por lo que respecta al itinerario de investigación en Barcelona, el programa pone a disposición del investigador una guía informativa de apoyo sobre el sistema catalán de ciencia y tecnología, una bolsa de trabajo para investigadores, un buscador de recursos de financiación y un servicio de atención personalizada sobre cuestiones relacionadas con la movilidad del investigador.

Con la finalidad de dar a conocer esta iniciativa, se ha iniciado un plan de difusión para instalar stands informativos «Do it in Barcelona» en eventos estratégicos de la ciudad para la captación de talento internacional. Algunos ejemplos de iniciativas en las que «Do it in Barcelona» ya ha tenido presencia son el EO Barcelona University, la III Semana Mediterránea de Líderes Económicos, el World Architecture Forum, el BcnNetworking Day o la Global Entrepreneurship Week.



Últimas publicaciones del PEMB

Colección de Prospectiva núm. 15

La logística, sector estratègic per a una economia global (*La logística, sector estratégico para una economía global*)



Resumen de la 6ª jornada técnica del PEMB

Esta publicación recoge las intervenciones de los dos expertos europeos invitados a la sexta jornada técnica del PEMB: **Theo Notteboom**, presidente del Instituto de Transporte y Gestión Marítima de la Universidad de Amberes, y **Peter W. De Langen**, Advisor Corporate Development del Puerto de Rotterdam. Ambos destacaron el crecimiento que se ha desarrollado en los últimos años en el sector logístico, las causas y las consecuencias producidas en sus países de origen (Holanda y Bélgica).

También se incluye el resumen de la intervención del presidente de la Autoridad Portuaria de Barcelona, **Jordi Valls**.

Una de las conclusiones más importantes a la que se llegó en esta jornada fue que Barcelona reúne las condiciones necesarias para convertirse en un importante clúster logístico, porque dispone de grandes infraestructuras como el puerto, el aeropuerto, zonas logísticas, etc., está cerca de las rutas marítimas con más tráfico de Europa, ocupa una situación geográfica estratégica en la Mediterránea y está conectada con terminales logísticas del interior.

Este contexto contribuye positivamente al posicionamiento de Barcelona como referente en el Mediterráneo.

La Asociación del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona es una asociación privada sin ánimo de lucro. El Consejo General de la Asociación está constituido por más de 300 miembros, entre los que hay entidades privadas, instituciones públicas y administraciones.

Jordi Hereu

Alcalde de Barcelona y presidente del Consejo General

Jordi William Carnes

Teniente de alcalde de Hacienda y Promoción Económica del Ayuntamiento de Barcelona y presidente de la Comisión Delegada del PEMB

Francesc Santacana

Coordinador general

De acuerdo con la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, les informamos que sus datos han sido incorporados en un fichero automatizado que ha sido comunicado previamente a la Agencia de Protección de Datos y que tiene por titular al Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona.

El uso de sus datos personales tendrá carácter confidencial y se utilizará exclusivamente para actividades relacionadas con la promoción del Área Metropolitana de Barcelona. Puntualmente se podrán ceder estos datos a entidades colaboradoras para este mismo uso.

En el supuesto de que deseen ejercer sus derechos de oposición, rectificación y cancelación, deben ponerse en contacto con nosotros en la sede social de la calle Ausiàs Marc 7, 1º.



Pla Estratègic
Metropolità
de Barcelona

Ausiàs Marc, 7, 1r
08010 Barcelona
T. 933 187 051
F. 933 174 835
plaestrategic@bcn2000.es
www.bcn2000.es

Entidad patrocinadora:



Ajuntament de Barcelona

Departament d'Economia i Finances
de la Generalitat de Catalunya

Ajuntament de Badalona
Ajuntament de Barcelona
Ajuntament de Cornellà de Llobregat
Ajuntament del Prat de Llobregat
Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat
Ajuntament de Montcada i Reixac
Ajuntament de Santa Coloma
de Gramenet
Ajuntament de Pal·lejà
Ajuntament del Papiol
Consell Comarcal del Baix Llobregat
Consell Comarcal del Barcelonès
Entitat Metropolitana del Medi Ambient
Entitat Metropolitana del Transport
Aena
Autoritat Portuària de Barcelona
Cambra Oficial de Comerç, Indústria
i Navegació de Barcelona
Cercle d'Economia
Comissió Obrera Nacional
de Catalunya
Consorci de la Zona Franca
de Barcelona
Diputació de Barcelona
Fira de Barcelona
Foment del Treball Nacional
Mancomunitat de Municipis de l'Àrea
Metropolitana de Barcelona
Unió General de Treballadors
de Catalunya
Universitat de Barcelona

Con la colaboración de: **IBERIA**